

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mgs. Flavio Coello Hinojosa, director de esta disertación, certifico que la srta., Trilce Dafne Tobar Cisneros ha realizado con mi dirección este trabajo titulado LINEAMIENTOS GENERALES DE UN PROGRAMA DE CAPACITACION BASICA PARA TURISMO COMUNITARIO: ANALISIS DE CASO YUNGUILLA., de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.



Mgs. Flavio Coello Hinojosa

Quito, Abril 23 del 2013



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIATURA EN TURISMO, MENCIÓN EN ECOTURISMO**

**LINEAMIENTOS GENERALES DE UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN
BÁSICA PARA TURISMO COMUNITARIO: ANÁLISIS DE CASO
COMUNIDAD YUNGUILLA**

TRILCE DAFNE TOBAR CISNEROS

DIRECTOR:

DR. FLAVIO COELLO

QUITO, 2013

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mi Papá Nelson, a mi Mamá Dara, a mi hermana Lis, a mi cuñado Guenrij, a mis sobrinos Alegría y Said, a mis abuelos paternos Pedro Pablo y María Cleotilde y a mis abuelos maternos José Miguel y Vicky Isabel.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de manera profunda a Dios, que me ha dado la guía y luz para finalizar este trabajo; a mis padres que amo con todo mi corazón, les agradezco por haberme dado la vida y por estar siempre presentes con todo el amor y apoyo hacia mí. A mi hermana Lis, Guenrij, Alegría y Said, que siempre están cerca y llenando de alegría a la familia.

A toda mi familia paterna y materna, quienes son mis raíces y me dan fuerza, alegría, y siempre han estado apoyándome para finalizar este trabajo.

A María Clara Eguiguren, Margarita Cisneros, Lucho Mora y Charito Gallegos, quienes me brindaron su ayuda en la etapa de la vida universitaria. ¡Muchas gracias por todo!

A mi director de tesis, doctor Flavio Coello, quien con mucha paciencia estuvo conmigo todos estos años hasta el final de este proceso.

A mis profesores, que sembraron muchas semillas en mí.

A mis compañeros de universidad, con quienes compartí muchos momentos y cosas hermosas.

A mi amiga Laly, un sol en mi vida.

A Subud, que cambió mi vida.

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	3
AGRADECIMIENTO.....	4
TABLA DE CONTENIDOS.....	5
CAPÍTULO I.....	8
INTRODUCCIÓN.....	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	8
OBJETIVOS.....	9
Objetivo general.....	9
Objetivos específicos.....	9
HIPÓTESIS.....	10
PROCEDIMIENTO TÉCNICO.....	10
Metodología.....	10
CAPÍTULO II.....	12
MARCO TEÓRICO.....	12
GENERALIDADES.....	12
CAPÍTULO III.....	20
DIAGNÓSTICO DE LA COMUNIDAD YUNGUILLA.....	20
CONTEXTO.....	20
Ubicación e historia.....	20
Conservación de recursos y emprendimientos.....	21

Apoyos y cooperaciones.....	22
Desafíos	23
Hallazgos.....	23
Conversiones	24
Servicios básicos.....	25
Organización en la comunidad.....	27
Perfil de la población.....	29
Acceso a la tierra y tipo de vivienda.....	30
Actividades productivas	32
Recursos naturales	35
Flora y fauna.....	36
Conservación del bosque	36
Manejo de desechos	37
Educación ambiental.....	37
Asistencia técnica	38
TABLA DE RESUMEN GENERAL.....	39
CAPÍTULO IV	43
DIAGNÓSTICO A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS	43
CARACTERÍSTICAS DE LOS ENTREVISTADOS	43
RESULTADOS	43
Perfil de los emprendimientos.....	43
Perfil del propietario de los emprendimientos turísticos	45
Perfil de las hospederías familiares.....	47
Las percepciones de los prestadores de servicios.....	48
Perfil del servicio de alimentación familiar	49
Perfil de los guías comunitarios	50
Necesidades de capacitación	51
Necesidades de capacitación identificadas.....	53

CAPÍTULO V	55
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
LA COMUNIDAD	55
Los emprendimientos turísticos.....	56
Necesidades de capacitación	57
RECOMENDACIONES	58
La comunidad	58
Los emprendimientos turísticos.....	58
Necesidades de capacitación	58
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXOS	61

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realizó con el fin de analizar la situación turística de la comunidad Yunguilla, a través de un diagnóstico situacional que permitió conocer su realidad socioeconómica y turística; posteriormente se estableció la situación de los prestadores de servicios turísticos, con el objetivo de fortalecer sus capacidades y sus emprendimientos. Como producto final se diseñó una guía básica de capacitación en *marketing* turístico acorde a la realidad de los prestadores de servicios turísticos comunitarios en Yunguilla.

El trabajo está dividido en dos partes. La primera contiene cinco capítulos divididos en: capítulo uno, que recoge la introducción, el planteamiento del problema, los objetivos y la metodología; el capítulo dos contiene el marco teórico; el capítulo tres aborda el diagnóstico de la comunidad Yunguilla; el capítulo cuatro desarrolla el diagnóstico de los prestadores de servicios turísticos de la comunidad; y, finalmente, el capítulo cinco recoge las conclusiones y recomendaciones.

La segunda parte del trabajo contiene la guía básica de capacitación. Inicia con las orientaciones metodológicas y cinco módulos para desarrollar mediante talleres. Cada módulo tiene el tema del taller, el objetivo, el contenido, la agenda sugerida y los pasos para desarrollar el taller. Además, dentro de los contenidos se incluyen palabras clave y una bibliografía básica que puede ser útil para profundizar los temas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Yunguilla es una comunidad ubicada al noroccidente de Quito, con una población aproximada de 250 personas. Los comuneros implementaron el turismo comunitario hace aproximadamente 15 años como una alternativa para incrementar sus ingresos y como un medio para la conservación del bosque nublado, considerado su principal atractivo natural. Sin embargo, las personas de la comunidad expresan su preocupación, ya que desde hace más o menos cuatro años ha disminuido el número de turistas en la

zona, la participación de los miembros de la comunidad es limitada y la organización de la comunidad y de los emprendedores turísticos es débil. Expresan que hay desinterés, especialmente de los jóvenes. Perciben la migración de la población joven como una amenaza para la sustentabilidad de los emprendimientos y de su comunidad. Únicamente el 32% de la comunidad está involucrado en actividades turísticas comunitarias. Perciben los beneficios de la actividad turística como limitados con respecto a los años anteriores. Mencionan que la calidad de los servicios ofertados es desigual, lo que crea malestar entre los dueños del emprendimiento, y además, las diferencias entre los que han accedido a capacitaciones y los que no es notoria. Estos problemas han creado, por un lado, ausencia de una promoción turística del lugar, deficiencia en los servicios y en la calidad de la atención, débil organización y participación y, por otro lado, el interés y la necesidad de capacitarse para fortalecer sus emprendimiento y por tanto a la comunidad.

Los miembros de la comunidad están interesados en capacitarse en diversos temas para mejorar la calidad en la prestación de los servicios turísticos, pues están conscientes de la importancia de la recomendación de turista a turista para la llegada de nuevos visitantes.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la situación turística de la comunidad de Yunguilla con el fin de elaborar una guía básica de capacitación que mejore la atención a los turistas y la sostenibilidad de los emprendimientos.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional para conocer la realidad socioeconómica y turística de la comunidad de Yunguilla.

- Establecer la situación de los prestadores de servicios turísticos para fortalecer sus emprendimientos y capacidades.
- Diseñar una guía básica de capacitación acorde con la realidad de los prestadores de servicios turísticos comunitarios en Yunguilla.

HIPÓTESIS

Como hipótesis de investigación, se expone que la comunidad de Yunguilla no se beneficia de la actividad turística, por la falta de organización y capacitación adecuada en el área de mercadeo y comercialización.

PROCEDIMIENTO TÉCNICO

Metodología

La investigación fue de carácter teórico aplicada y se realizó en las siguientes fases:

Primera fase: recolección de información primaria a las personas fundadoras y directivos de la comunidad, administradores de los emprendimientos turísticos e integrantes mujeres y hombres y jóvenes de la comunidad. Técnica: observación participante y entrevista. Instrumento: hoja de la entrevista, previo consentimiento informado (anexo 1).

Segunda fase: diseño y aplicación de entrevistas a los prestadores de servicios turísticos con el objetivo de conocer sus experiencias de capacitación e identificar sus necesidades actuales. Técnica: entrevista. Instrumento: hoja de la entrevista, previo consentimiento informado (anexo 2).

Tercera fase: sistematización de la información obtenida en el diagnóstico y las entrevistas. Instrumento: matriz de sistematización (anexo 3 digital).

Cuarta fase: recolección bibliográfica para estructurar la guía básica de capacitación.

Quinta fase: elaboración de la guía básica de capacitación.

Además del proceso anteriormente mencionado, se realizaron visitas de observación participante a las actividades de las personas de la comunidad y los prestadores de servicios turísticos, así como registros fotográficos y anotaciones en el cuaderno de campo (anexo 4).

El producto final de la investigación es el diseño y elaboración de una guía básica de capacitación turística, de acuerdo al tema identificado y consensuado durante la investigación con los prestadores de servicios.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

GENERALIDADES

La reforma agraria en el Ecuador de los años sesenta y setenta del siglo XX –como en la mayor parte de Latinoamérica– modificó la conformación del territorio: la parcelación de las haciendas redujo el tamaño de las tierras cultivables, lo que intensificó y cambió su uso, además de la reducción de bosque nativo para tierras de cultivo (Rhoades, 2006). El escaso desarrollo agrícola, que incluye acceso a créditos, tecnología e infraestructura, frenó el cambio de campesinos trabajadores de hacienda a pequeños o medianos empresarios agrícolas capaces de producir para su propia subsistencia y para crear un excedente que mejore sus ingresos (Vintimilla, 2009).

Sin embargo, formas comunitarias como relaciones familiares, mingas y asambleas se mantuvieron incluso después de la figura de la hacienda, lo que permitió que las comunidades se reinventen y generen actividades productivas complementarias a las tradicionales como la agricultura y ganadería. En sus inicios, la actividad turística en áreas rurales con presencia de comunidades operó en la modalidad de ecoturismo y posteriormente como turismo comunitario (Vintimilla, 2009).

Actualmente, el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional. La contribución del turismo a la actividad económica mundial se estima en cerca del 5 por ciento y es la actividad de mayor crecimiento en las últimas décadas; el volumen del negocio turístico iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles (OMT, 2010).

En su rápido crecimiento, el turismo también ha sufrido cambios. Los productos turísticos estandarizados de sol y playa han sido reemplazados por actividades no solo contemplativas sino vivenciales. Dentro de estas nuevas opciones de turismo, en las que se privilegia la acumulación de experiencias, está el turismo comunitario, cuya principal característica es que la comunidad participe y controle la operación turística, con los beneficios y riesgos que conlleva tal actividad.

El turismo comunitario es una modalidad de turismo que conjuga el entorno natural y cultural de forma sostenible con el control de la operación turística a cargo de los miembros de la comunidad (Solís, 2007). Es una forma de organización empresarial sustentada en prácticas comunitarias como la democracia y la solidaridad para generar encuentros interculturales con los turistas, en la que el lucro y el beneficio personal no son las únicas razones para apostar a la actividad turística (Farfán y Serrano, 2007). La operación turística comunitaria se sustenta en la organización comunitaria, la gestión comunitaria y la participación de la comunidad en la repartición de responsabilidades y beneficios de la actividad entre los miembros de la comunidad, convirtiéndose en una estrategia de desarrollo local (Vintimilla, 2009).

El turismo comunitario es un tipo de turismo en el que la población rural, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejercen un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios.

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) conceptualiza al turismo comunitario como “la relación existente entre la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viajes organizados con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos para la distribución equitativa de los beneficios generados” (FEPTCE, 2002).

El turismo –y no solo el comunitario– requiere un equilibrio entre lo:



Los principales beneficios económicos, sociales y ambientales del turismo comunitario se citan a continuación:



Económico

El turismo comunitario no sustituye a las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, pesca o artesanía), sino que es una forma de ampliar y diversificar las opciones productivas de las comunidades rurales y complementar así las economías de base familiar campesina (Cañada, 2010).

Tiene como objetivos mejorar los ingresos en las economías locales y reforzar el carácter identitario de cada comunidad. Según la FEPTCE, el turismo comunitario genera empleo directo a 15 personas cabezas de familia, considerando que cada familia está constituida por un promedio de seis personas (Farfán y Serrano, 2007).

Cumple efectivamente el propósito de luchar contra la pobreza, porque permite la “participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio cultural, basado en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales” (Estrella, 2009).



Social

El turismo comunitario se enmarca en valores, prácticas e instituciones que responden a un orden colectivo en el que la reciprocidad, cooperación y confianza operan para conseguir el bien común, la afirmación de la identidad cultural y el mejorar la calidad de vida de sus miembros (Farfán y Serrano, 2007).

La actividad turística posibilita la participación de grupos relegados históricamente en el área rural, como es el caso de las mujeres y los jóvenes. Las mujeres participan en actividades turísticas de forma activa, situación que se evidencia en cierta autonomía financiera producto del incremento de sus ingresos por concepto de actividades turísticas. Esto no implica la reorganización de los roles de género, pero sí una mejora de las condiciones de las mujeres, quienes en la actualidad atienden hoteles, restaurantes, elaboran artesanías, tienen contacto con los turistas, entre otras actividades. El contacto, intercambio y conocimiento de otras formas de plantearse la vida, la

maternidad, las relaciones de pareja, las preferencias sexuales, el trabajo doméstico, etc., son cambios culturales que se han dado en las mujeres de las comunidades (Cañada, 2010).

También, los jóvenes vinculados al turismo han revalorizado su autoestima y han mejorado sus ingresos, evitando así la migración rural.

El turismo comunitario brinda al turista la oportunidad de tener una experiencia de vida, puesto que conviven con los miembros de la comunidad en ambientes naturales, y no solo una actividad contemplativa de los atractivos turísticos. Asimismo, la actividad turística permite mantener actividades tradicionales como agricultura y ganadería, siendo un ingreso extra para las familias involucradas de forma directa e indirecta en actividades turísticas. El turismo comunitario es una herramienta de redistribución de elementos que, puestos en valor, se reinvierten de forma positiva en la misma comunidad (Coca, 2007). Los turistas tienen la oportunidad de compartir parte de su cotidianidad, su cultura y del medio natural donde tiene lugar la vida. El turista está buscando aproximarse a un mundo ajeno, acercarse a otra forma de vivir, al contexto cultural y natural de esa vida (Ruiz, 2009).

La reconstrucción y construcción de infraestructura y planta turística, además de la dotación de servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, transporte público, alcantarillado, entre otros, mejoran las condiciones de vida de los miembros de las comunidades y sus familias, sin que necesariamente estén vinculados directamente con la actividad turística.

Esta condición no es generalizada, ya que la dotación de servicios básicos que faciliten la operación turística en comunidades depende de los gobiernos centrales. Los comuneros fortalecen su autoestima, autovaloración y orgullo por su cultura local; el turismo comunitario permite un intercambio entre la cultura emisora y receptora, privilegiando el respeto intercultural y la conservación del patrimonio cultural en beneficio no solo de los turistas sino de la población local.



Ambiental

La conservación del patrimonio natural es otro factor de la actividad turística manejada de forma sostenible. Actualmente, los aspectos ambientales son considerados por las comunidades, que implementan programas de manejo de desechos y de concienciación para sus miembros y para los turistas. Los programas abordan temas como la importancia de la conservación del capital natural de los territorios, la incorporación de formas y materiales de construcción amigables con el ambiente para la construcción de infraestructura y planta turística, entre otros.

La protección y democratización en el acceso a los espacios rurales. El turismo comunitario pone a disposición de la gran mayoría de la población espacios, infraestructuras y servicios turísticos, mientras que otros modelos de desarrollo turístico, como el turismo residencial, provoca una elitización y privatización del territorio, ya que su acceso y disfrute queda restringido a sectores con mayores recursos económicos (Cañada, 2010).

Dado que el turismo comunitario era concebido como una operación sin estándares de calidad, la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) diseñó y publicó el “Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario del Ecuador”, para los productos turísticos comunitarios, que cuenta con parámetros de alta calidad y es una herramienta de gestión administrativa y operativa (Solís, 2007).

Sin embargo, los emprendimientos turísticos comunitarios presentan una debilidad en el mercadeo y comercialización de sus productos; la informalidad e inmediatez son sus principales características. Los medios de promoción no son los más adecuados para turismo comunitario; la participación en ferias, diseño de trípticos, páginas web, entre otras, son acciones aisladas que no se enmarcan dentro de un plan de mercadeo que mejore las oportunidades del negocio turístico. La mercadotecnia deberá definir el tipo de mercado al que se está enfocado un producto turístico, sabiendo de antemano que el producto comunitario posee también consumidores con características especiales; de todas formas estos turistas serán los que definan si la calidad de servicio de un emprendimiento comunitario es aceptable o no (Estrella, 2009).

En sus inicios, en el sector turístico la calidad se asociaba con la satisfacción del turista con respecto al servicio recibido; actualmente la concepción de calidad en el campo turístico se enfoca en diferentes aspectos como la calidez, el servicio, buena información, experiencias. Antes la infraestructura era el único factor a considerar para evaluar la calidad (Estrella, 2009).

Los emprendimientos turísticos comunitarios deben poner especial énfasis en la atención al cliente, limpieza de los cuartos, áreas sociales, servicio de guía; además, garantizar la veracidad de la información, las promociones que se ofertan y la autenticidad de las experiencias que los turistas van a vivir.

El principio de los emprendimientos turísticos comunitarios es el liderazgo de la comunidad; sin embargo, eso no implica que las empresas o inversiones privadas no puedan intervenir. Se debe evaluar con detenimiento el control sobre los recursos y el grado de intervención de la empresa privada. Todo negocio, incluso el comunitario, tiene la finalidad de tener réditos económicos y sociales. La relación que se establezca con el mundo de lo privado puede o no maximizar esos beneficios.

En este contexto, otro requerimiento importante dentro del turismo comunitario es la capacitación, que si bien es un proceso corto que no sule todos los requerimientos de un sistema de educación formal, permite actualizar, mejorar, adquirir conocimientos y desarrollar habilidades y destrezas en áreas administrativas y operativas de la actividad turística en la comunidad. Los programas de capacitación en turismo deben responder a las necesidades reales de los capacitados, ser accesibles en función de recursos económicos, disposición y carga horaria adecuada, además del uso de metodologías participativas.

Según el Ministerio de Turismo (MINTUR), en Ecuador existen aproximadamente 150 iniciativas de turismo comunitario operando como Napo Wildlife Center, Yachana Lodge, Kapawi, entre otros, donde la sostenibilidad del negocio turístico radica en el trabajo conjunto de la comunidad y la empresa privada. Algunas iniciativas pertenecen a la FEPTCE y otros son independientes; sin embargo, es pertinente mencionar que en ambos casos hay modelos de gestión exitosos.

Los principales limitantes de los proyectos de turismo comunitario son:

- Falta de organización interna, especialmente en aspectos administrativos, mercadeo y comercialización.
- Aspectos financieros relacionados con la inversión, rentabilidad y reparto equitativo de beneficios económicos.

Los principales beneficios que conlleva la actividad turística en comunidades están vinculados con la participación e involucramiento de los miembros de la comunidad en actividades directa e indirectamente relacionadas con turismo, especialmente las mujeres y los jóvenes, incremento de los ingresos económicos y recuperación de prácticas culturales.

El Ministerio de Turismo ha diseñado programas de capacitación en temas de turismo específicos que cubren:

- Seguridad alimentaria.
- Fortalecimiento socio organizativo.
- Hospitalidad.
- Administrador comunitario.

Si la comunidad tiene un proceso consolidado, el Ministerio ofrece capacitación en otras áreas temáticas que incluyen alojamiento, operación turística, mercadeo, entre otras. Actualmente, el asesoramiento en temas de turismo comunitario lo realizan funcionarios del MINTUR y la capacitación está a cargo de aproximadamente 50 facilitadores especializados.

El Programa Nacional de Capacitación Turística (PNCT) del MINTUR tiene como objetivo fortalecer al sector turístico con la transferencia de conocimientos para el

desarrollo de habilidades y destrezas, involucrar a todos los actores de sectores turísticos y mejorar los estándares de los servicios. Dentro de los módulos elaborados en el PNCT se incluye uno específico para turismo comunitario, cuyo objetivo principal es fortalecer el desempeño operativo y administrativo de las iniciativas turísticas comunitarias a través de capacitación en competencias laborales, administración comunitaria e idiomas. El PNCT del MINTUR colabora con las iniciativas turísticas para desarrollar y/o apoyar una oferta turística de calidad, orientada al fomento del turismo interno, promoción especializada y fortalecimiento institucional.

Se evalúa a las comunidades en función de su potencial turístico y su interés por participar en actividades turísticas. Entre sus líneas de acción, el MINTUR determinó que la capacitación turística a grupos de atención prioritaria, como son las comunidades, es una forma de apoyar su desarrollo, por lo que diseñó un programa específico denominado “Consolida Turismo Comunitario” con una temática enmarcada en la realidad de cada comunidad que les permite desarrollar estrategias para organizarse y diseñar un plan de vida en comunidad.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO DE LA COMUNIDAD YUNGUILLA¹

CONTEXTO

Ubicación e historia

Yunguilla es una comunidad rural ubicada al noroccidente de Quito, a 13 kilómetros de Calacalí, en el kilómetro 26 de la vía Calacalí-La Independencia. La vía se encuentra en mal estado, lo cual no ha limitado la visita de turistas motivados por la flora y fauna de la zona y por la amabilidad de sus pobladores.

La comunidad se encuentra a 2.650 metros sobre el nivel del mar (msnm); el ecosistema bosque nublado caracteriza a la zona, que concentra una gran diversidad de flora y fauna.

La comunidad Yunguilla es parte del Bosque Protector de la Cuenca Alta del Río Guayllabamba, que se declaró posteriormente zona de amortiguamiento del corredor del Chocó Andino.

Yunguilla está conformada por 50 familias con un promedio de cinco miembros por cada una. Los comuneros se dedican a la agricultura de cultivos de ciclo corto como hortalizas, verduras y a la ganadería a pequeña escala. La producción se destina al autoconsumo y comercializan los excedentes en los mercados de San Antonio de Pichincha y Calacalí.

Los primeros pobladores de Yunguilla fueron el grupo étnico los Yumbos, quienes utilizaban los *coluncos* –camino que cruzan el bosque nublado de manera semisubterránea de cinco metros de profundidad– con fines de comercio; posteriormente, el uso inicial cambió y fueron utilizados para el contrabando de licor destilado, actividad ilegal a la que se dedicó un gran sector de la población de la comunidad. La legalización del alcohol dejó a algunos comuneros sin su principal fuente de ingresos.

¹ Hallazgos obtenidos en el 2011.

En 1964, con la primera reforma agraria, los terrenos de Yunguilla fueron parcelados y la pobreza rural se evidenció en la poca e inadecuada tierra para el cultivo o pastoreo.

Los problemas ambientales y sociales se hicieron presentes en la comunidad de Yunguilla. Los comuneros sin ingresos y tierra para el pastoreo encontraron en la tala del bosque nublado una alternativa económica para su precaria economía. En este contexto, la Fundación Maquipucuna se interesó en el uso sostenible de los recursos naturales y la conservación del bosque, e inició un proceso de cooperación y concienciación sobre la importancia de este ecosistema en Yunguilla.

Este proceso permitió que en la actualidad la población se dedique a la agricultura y ganadería a pequeña escala y al turismo comunitario como alternativa económica, también a la formación de líderes comunitarios como el señor Germán Collaguazo, para quien, según su testimonio, la falta de autoestima entre la anterior población de traficantes de alcohol y luego carboneros, tenía en contra a la comunidad de Yunguilla, pues los comuneros que dejaron de talar el bosque fueron calificados como “locos” y su participación en la conservación era limitada.

El proceso de conservación del bosque tiene 15 años y Yunguilla cuenta con una nueva generación de personas en formación en el uso sostenible de recursos; existe capital social, humano y físico cooperando en el territorio.

Conservación de recursos y emprendimientos

La conservación de los recursos naturales generó nuevas prácticas económicas, sociales y ambientales en Yunguilla, como la implementación de microemprendimientos vinculados a la producción de mermeladas y quesos, el turismo comunitario y la protección del bosque nublado.

La protección del bosque nublado movilizó inicialmente a los comuneros y a partir de esa experiencia se amplió la organización comunitaria que concluyó en la creación de la Corporación Microempresarial Yunguilla, cuya función es regular y coordinar los diferentes proyectos en la comunidad.

La población recibió capacitación de varias organizaciones no gubernamentales y estatales en temas de conservación de recursos naturales e implementación de microemprendimientos para la elaboración de mermeladas orgánicas con productos de la zona, como el chigualcan, frutilla, mora y uvilla, y una quesera. Inicialmente el proyecto estaba a cargo del Grupo de Mujeres “Mamapallo”; actualmente asume la coordinación la Corporación Microempresarial Yunguilla.

Además de los microemprendimientos, existen iniciativas turísticas comunitarias como alojamiento y recorridos guiados, elaboración de artesanías en barro, recuerdos de papel reciclado, un vivero para la reforestación de la zona con especies nativas y un orquideario. La comunidad espera obtener los permisos de ley (en trámite) para iniciar la comercialización de especies híbridas de orquídeas.

La actividad turística en Yunguilla incluye la Red de Hospederías Rurales conformada por siete familias que acogen a los turistas con previa reservación. Los visitantes se integran a la vida cotidiana de la comunidad, participan en las actividades familiares y consumen los mismos alimentos.

A futuro se debería ampliar y articular este servicio familiar de alojamiento a toda la comunidad, para que el turismo sea verdaderamente comunitario.

Apoyos y cooperaciones

El Programa de Pequeñas Donaciones de las Naciones Unidas y el aporte económico de los miembros de la Corporación permitió la compra de la finca Tahuallullo, que presta servicios de hospedaje y alimentación para los turistas y para encuentros sociales de los pobladores de Yunguilla.

La protección del bosque nublado cuenta con el apoyo estatal del proyecto Socio Bosque, el Consejo Provincial de Pichincha y la organización PROBOSQUE, que conjuntamente con los comuneros y sus líderes han gestionado una fase de capacitación para erradicar la agricultura tradicional y mejorar las condiciones de vida de los pobladores.

La inclusión y el apoyo de las mujeres y jóvenes se evidencian en la participación activa en los proyectos productivos de elaboración de mermeladas y quesos. La coordinación de la actividad turística en Yunguilla está actualmente a cargo de los jóvenes de la comunidad, como es el caso de Deysi Collaguazo, Marta Rojas, Elsa Morales y Galindo Parra.

El proceso desarrollado en Yunguilla generó comunicación entre los miembros de la comunidad, ancianos, jóvenes y niños y niñas, quienes tienen un sentido de pertenecía ligado con el territorio y han formado lazos comunitarios. La organización se mantiene y sirve para consolidar la comunidad de Yunguilla. Sin embargo, en la actualidad es preocupante la migración de los jóvenes a la ciudad, especialmente de aquellos que salen a continuar sus estudios y no regresan a la comunidad.

Desafíos

El reto actual en la comunidad de Yunguilla radica en fortalecer los diversos niveles de organización y articularlos a la comunidad, especialmente el de los jóvenes que migran a la ciudad a continuar sus estudios; mejorar los emprendimientos de mujeres mediante asesorías técnicas en función de sus necesidades; dinamizar las iniciativas familiares en función de crear y mantener un turismo comunitario; y mantener el uso sustentable de sus recursos naturales mediante procesos de capacitación sostenidos que fortalezcan su capacidad individual y familiar con el compromiso y bienestar comunitario.

Hallazgos

Durante el 27 de marzo, el 05 y 06 de mayo de 2011 se aplicaron 24 entrevistas a los habitantes de la comunidad de Yunguilla con la finalidad de obtener información general acerca de la comunidad. Los resultados se presentan a continuación, y las entrevistas se anexan al final de este documento.

Para conocer a cuántas personas tendríamos que encuestar, se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

De donde:

$Z_{\alpha}^2 = 1.96$ si tomamos que la seguridad sería del 95%

p = proporción esperada, para nuestro estudio tomamos 5% (0.05)

$q=1-p$; que para este caso es: $1 - 0.05 = 0.95$

d = precisión, vamos a trabajar con un 3%

A partir de estos datos tenemos:

$$n = \frac{50 * (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}{(0.03)^2 * (50 - 1) + (1.96)^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = 40.26$$

Según la fórmula, se realizarían 40 entrevistas. Sin embargo, ya en el campo, las familias no se encontraban en sus hogares; además, durante la aplicación del instrumento, las respuestas de las familias tenían la misma tendencia. Por estas razones se decidió hacer 24 encuestas.

Conversiones

Las siguientes conversiones han sido utilizadas para los resultados del análisis de las entrevistas:

- Las medidas financieras están representadas en dólares de los Estados Unidos de América (US).

Todos los porcentajes son válidos, es decir, no se considera respuestas en blanco o incompletas.

Los porcentajes son representados con números enteros y dos decimales. Por ejemplo: 56,25 por ciento de los correspondientes son hombres y 43,82 por ciento son mujeres. Al presentar los resultados en números enteros y dos decimales pueden ocurrir algunos errores en la sumatoria total.

El “promedio” como media aritmética es utilizado para presentar cierta información de las encuestas.

Servicios básicos

El 95,83 por ciento de los pobladores cuenta con energía eléctrica.

El agua para uso comunitario no es potable, la almacenan en un tanque de reserva y la distribuyen a la comunidad mediante tuberías. En las casas, las personas guardan el agua en recipientes y la hierven para su consumo y preparación de alimentos. Los entrevistados expresaron que la calidad del agua que consumen es aceptable.

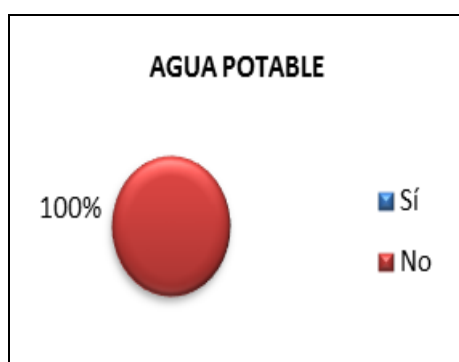


Gráfico 1. Dotación de servicios básicos.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

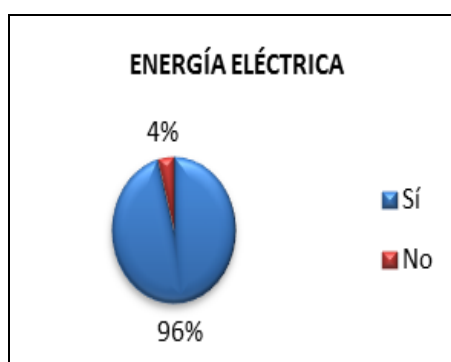


Gráfico 2. Dotación de servicios básicos.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

En teoría, el acceso y uso del agua está al servicio de toda la comunidad, pero en la realidad las instalaciones no funcionan; en algunas casas y hospederías de familias, el agua llega con baja presión, las duchas de agua caliente no funcionan adecuadamente o las instalaciones están en mal estado, lo cual impide mantener limpios los baños. Sin

embargo, hay casas en las que las instalaciones funcionan, los baños son amplios, limpios y ventilados.

Esta diferencia es marcada entre las familias de mayores y menores ingresos económicos. Existe malestar en las familias que no pueden implementar mejoras en las instalaciones de sus viviendas. Sería importante profundizar en la dinámica del acceso y uso de agua y la gestión de las viviendas, no solo para la gestión turística comunitaria sino para el bienestar de los integrantes de Yunguilla.

El 68,57 por ciento de los pobladores accedió a educación primaria. El 31,43 por ciento asistió a la alfabetización. La educación secundaria, técnica y superior la realizan en colegios de Calacalí y/o Quito, lo que genera migraciones temporales y otras permanentes, especialmente de los jóvenes que han terminado sus estudios y buscan trabajo en la ciudad o fuera de país y no regresan a su comunidad.

Los jóvenes estudiantes que viven fuera de la comunidad expresaron que suelen regresar a Yunguilla los fines de semana a jugar fútbol y vóley, y visitar a sus familias; estas actividades de alguna manera les permite vincularse a su lugar de origen. También mencionaron que tienen planificado regresar a vivir en la comunidad cuando terminen sus estudios.

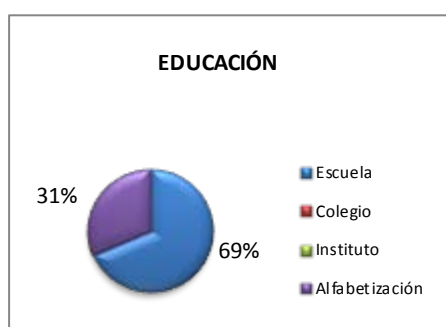


Gráfico 3. Dotación de servicios básicos.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

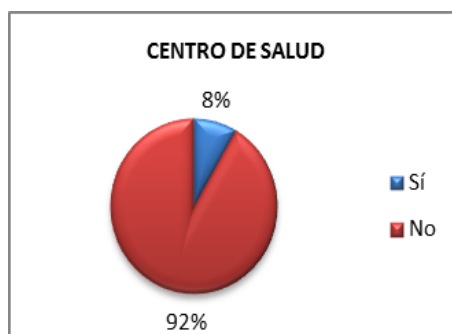


Gráfico 4. Dotación de servicios básicos.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

La comunidad no cuenta con un Centro, ni Subcentro de Salud. Los pobladores tienen que desplazarse a Calacalí y/o Quito en caso de presentar enfermedades. Los adultos mayores manifestaron su preocupación por los altos costos que tienen que pagar cuando

salen a Quito por problemas de salud, la mayoría padece dolores de barriga, de huesos, hemorragias y problemas dentales, propios de su edad.

Yunguilla carece de Policía Comunitaria. Aunque los pobladores no tienen una percepción de inseguridad, controlan el paso de carros y personas en la entrada a la comunidad con una cadena, para lo cual cuentan con un guardián que recibe remuneración de los comuneros.

El 50,00 por ciento de los pobladores afirmó que la comunidad tiene acceso a internet, y el otro 50,00 por ciento no tiene este servicio; este último porcentaje de población desconoce que la escuela y la hacienda Tahuallullo cuenta con este servicio, lo que demuestra el limitado acceso y uso del internet. El 91,67 por ciento de los pobladores no accede a la televisión por cable.

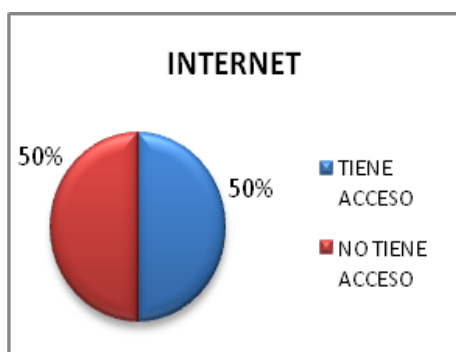


Gráfico 5. Dotación de servicios básicos.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

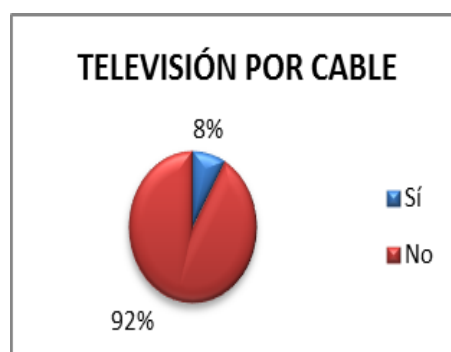


Gráfico 6. Dotación de servicios básicos.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

Es importante mencionar que las personas y/o organizaciones responsables de la gestión turística comunitaria acceden al uso y manejo de las herramientas de la informática, especialmente del internet, para difundir y promocionar las actividades de su emprendimiento turístico.

Organización en la comunidad

Yunguilla tiene diversas organizaciones en la comunidad:

- Junta Parroquial de Calacalí.

- Comité del Barrio Pro-mejoras Yunguilla.
- Directiva Comunitaria.
- Corporación Microempresarial Yunguilla.
- Una persona encargada del manejo y uso del agua. No existe Junta de Aguas.
- Grupos religiosos en su mayoría católicos.
- Clubs deportivos de fútbol y vóley juveniles y de adultos, de hombre y mujeres.
- Comité de padres de familia.

De las organizaciones mencionadas, la Junta Parroquial de Calacalí y el Comité del Barrio Pro-mejoras Yunguilla son los espacios comunitarios donde se resuelven los conflictos que surgen en la convivencia, el tema de los linderos de la comunidad y la gestión de infraestructura para los habitantes de Yunguilla.

El Comité del Barrio y la Directiva Comunitaria se reúnen mensualmente y en ocasiones las mismas personas pertenecen a estas dos organizaciones. Tienen estatutos internos legalizados y cambian de directiva cada dos años por votación directa: “en reuniones generales se presentan los interesados y se hace votaciones”.

La Corporación Microempresarial Yunguilla rinde cuentas a sus socios cada seis meses.

De acuerdo a las personas entrevistadas, existe discrepancia de opiniones con respecto a la existencia y funciones de las organizaciones; sin embargo, concuerdan en que el Comité del Barrio es la organización más cercana a la comunidad y a sus problemas cotidianos.

Al parecer, los miembros de la Corporación Microempresarial Yunguilla son más prósperos en sus emprendimientos. Quienes no pertenecen a ella tienen niveles de

ingreso bajos, como es el caso de un cuidador de vacas en una hacienda, que recibe US \$ 40 mensuales.

Sería importante y necesario profundizar en esta dinámica en función de una distribución equitativa del dinero en la comunidad.

Además, los entrevistados afirmaron que la comunidad gestiona programas y proyectos de desarrollo local en beneficio de la comunidad con las juntas parroquiales (23,66 por ciento), Municipio de Quito (21,51 por ciento), Consejo Provincial (20,43 por ciento), las ONG (16,13 por ciento), microempresas (10,75 por ciento) y el Estado central (7,53 por ciento).

Perfil de la población

El 62,50 por ciento de los entrevistados se encuentra casado, el 69,57 por ciento de las familias de la población está formada por un número de tres a cinco miembros.

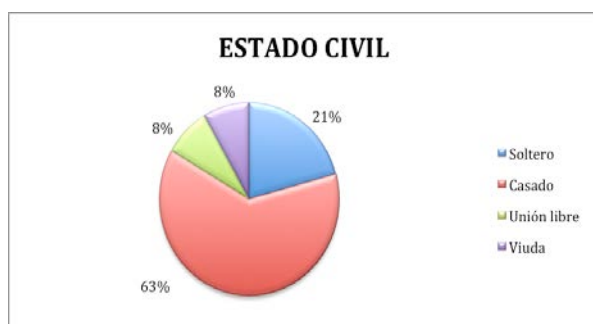


Gráfico 7. Perfil de la población.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

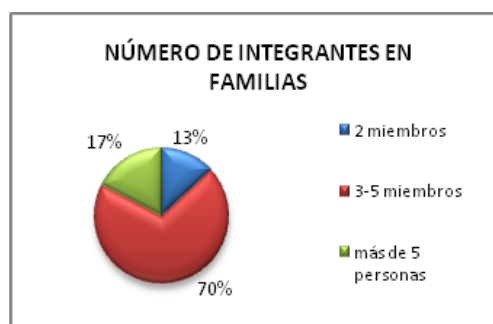


Gráfico 8. Perfil de la población.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

Actualmente, el 52,00 por ciento de la población tiene acceso a instrucción primaria, el 32,00 por ciento a instrucción secundaria y un 12,00 por ciento a educación superior. La inexistencia de centros de educación secundaria y superior ha limitado a los jóvenes de la comunidad a continuar sus estudios, pues la movilización de Yunguilla a Calacalí y Quito les representa un gasto alto.

El 58,33 por ciento de los encuestados afirmó que algún integrante joven de su familia ha migrado de la comunidad a Quito a estudiar (como se mencionó anteriormente), o a España y Holanda, especialmente, para mejorar su situación económica y familiar.

Actualmente esta es una debilidad en la comunidad, ya que hay pocos jóvenes en Yunguilla, lo cual a corto plazo podría afectar la gestión y la continuidad del turismo comunitario.

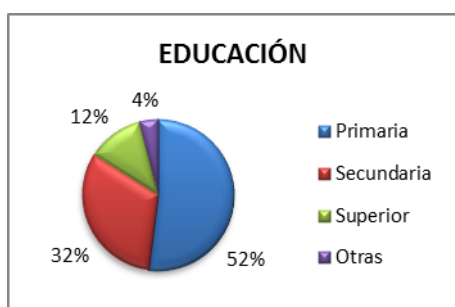


Gráfico 9. Perfil de la población.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

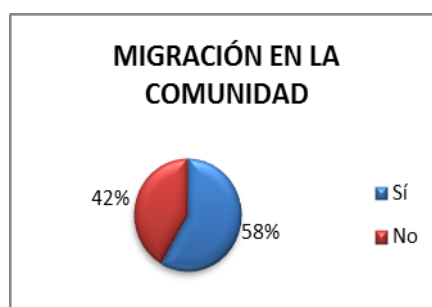


Gráfico 10. Perfil de la población.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

Acceso a la tierra y tipo de vivienda

El 52,17 por ciento de los encuestados obtuvo sus tierras mediante la compra, el 39,13 por ciento por herencia, un 4,35 por ciento a través de la reforma agraria, y en igual porcentaje, 4,35 por ciento, por la comuna. El 69,57 por ciento de las propiedades de los encuestados son legales y el 69,57 por ciento posee escrituras de sus propiedades, lo que demuestra su legalidad. En la comunidad no existen arrendatarios de tierras.

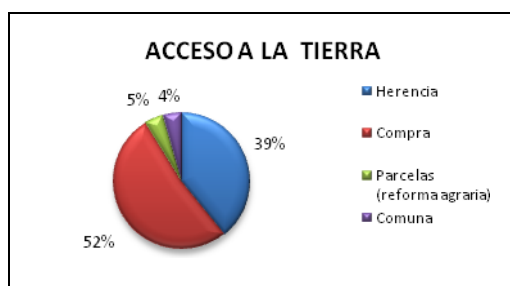


Gráfico 11. Acceso a la tierra y tipo de vivienda.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

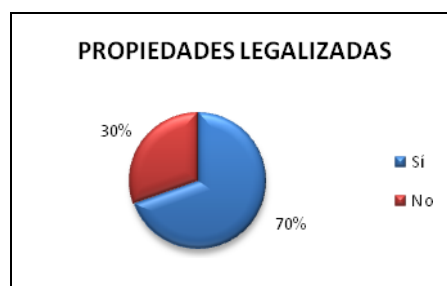


Gráfico 12. Acceso a la tierra y tipo de vivienda.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

Actualmente existe un proceso de regularización de las tierras no legalizadas a través del programa de gobierno “Legaliza tu barrio”. Esta situación no ha sido un obstáculo

para la comunidad, sin embargo, la legalización podría ayudar a que Yunguilla acceda a financiamientos nacionales e internacionales para continuar con los programas y proyectos de turismo comunitario y la conservación de los recursos naturales.

El 86,96 por ciento de la población posee una vivienda propia, el 8,70 por ciento es arrendada, un 4,35 por ciento no respondió. El 83,33 por ciento de los encuestados posee una vivienda familiar, el 89,47 por ciento de la población tiene una vivienda tipo casa, el 5,26 por ciento habita en departamentos y un 5,26 por ciento en cuartos.

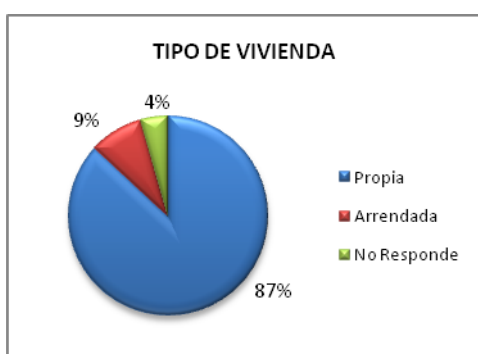


Gráfico 13. Acceso a la tierra y tipo de vivienda.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.



Gráfico 14. Acceso a la tierra y tipo de vivienda.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

El 48,00 por ciento de la población tiene el camino de tierra como acceso a las viviendas, el 32,00 por ciento calles lastradas, el 12,00 por ciento calles adoquinadas, un 4,00 por ciento calles empedradas y un 4,00 por ciento un sendero. En la parte baja de Yunguilla las construcciones de las casa son amplias y de tipo rústico moderno.

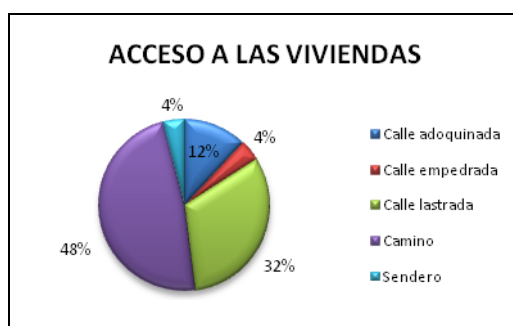


Gráfico 15. Acceso a la tierra y tipo de vivienda.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

Es notoria la diferencia de construcción de las casas: algunas son de dos pisos y contrastan con las viviendas pequeñas de la comunidad; otras son de madera y/o

construcción mixta, algunas están sin ventanas o tienen hendidias que dejan pasar el frío. Los galpones que son utilizados como viviendas están deteriorados y sin mantenimiento por falta de recursos para readecuarlos.

Actividades productivas

El 31,91 por ciento de la población se dedica a la agricultura, el 31,91 por ciento a la ganadería en pequeña escala, el 31,91 por ciento al turismo y un 4,26 por ciento a la elaboración de artesanías; el 88,00 por ciento de la población realiza sus actividades productivas dentro de la comunidad. El promedio de ingresos de los encuestados es de US \$ 356,00 mensuales. Estas actividades productivas citadas por los encuestados están ligadas directa o indirectamente al turismo, ya que los hospedajes comunitarios usan insumos propios de la comunidad y las artesanías son comercializadas como recuerdos de su visita a los turistas.

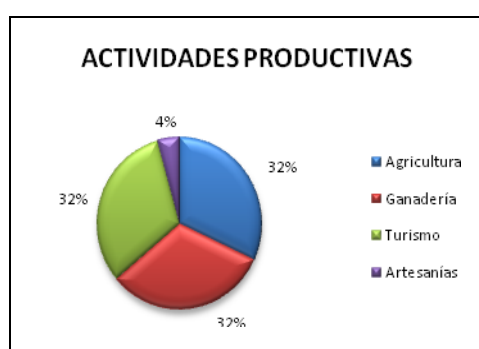


Gráfico 16. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.



Gráfico 17. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

Esta información permite visualizar que en la actualidad el turismo en Yunguilla no es comunitario. Al participar el 31,91 por ciento de los integrantes de la comunidad, es probable que los beneficios de las actividades turísticas reciban solo las personas que son parte de este grupo. Por tanto, es prioritario profundizar en las dinámicas de gestión, producción y organización de la comunidad con el objetivo de reformular y orientar hacia un emprendimiento comunitario.

Los encuestados destinan un promedio de US \$ 112 mensuales para alimentación, US \$ 35 para vivienda, US \$ 82 para salud/enfermedad, US \$ 83 para estudios, US \$ 46 para la comunidad y US \$ 88 en otros gastos que incluyen pago de servicios básicos.

El 90,48 por ciento de la población tiene otras fuentes de ingreso, entre las que se incluye: venta de animales domésticos como pollos, gallinas, cerdos, ganado vacuno (en pequeña escala), venta de leche y quesos, agricultura a pequeña escala y huertos familiares.

Por estas actividades obtienen un promedio de US \$ 97,00 al mes, un extra a sus ingresos.

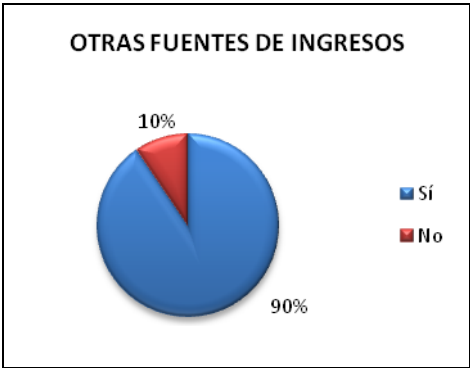


Gráfico 18. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

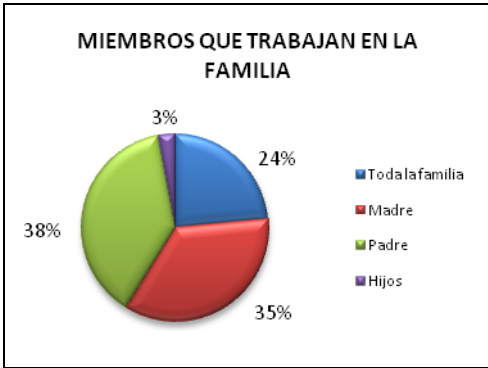


Gráfico 19. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

El 38,24 por ciento asegura que el padre es el principal miembro de la familia que trabaja, el 35,29 por ciento dice que es la madre, el 23,53 por ciento toda la familia y un 2,94 por ciento los hijos.

El 57,58 por ciento de la población asegura que el padre es quien sustenta principalmente los gastos familiares más significativos, el 36,36 por ciento la madre, el 3,03 por ciento contestó que los hijos y un 3,03 por ciento toda la familia.

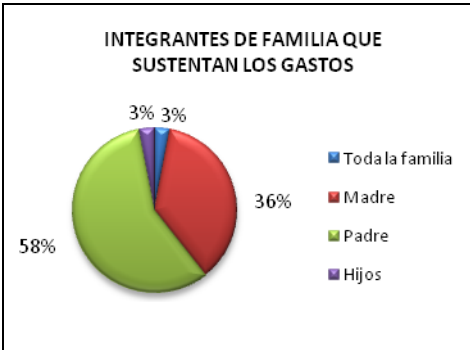


Gráfico 20. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

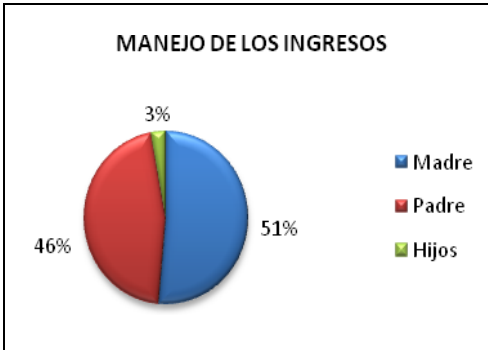


Gráfico 21. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

El 51,43 por ciento de los encuestados afirmó que la administración de los ingresos económicos realiza la madre, el 45,71 por ciento el padre y el 2,86 por ciento los hijos. Estos datos reflejan que el manejo económico está a cargo de las mujeres aun cuando los hombres generan mayores ingresos.

Bienestar económico en la familia y comunidad.

El 65,22 por ciento de los entrevistados afirmó que tiene dificultades económicas en su familia, el 26,67 por ciento expresó que la principal dificultad es la falta de oportunidades de trabajo, el 6,67 por ciento que no posee tierra para producir, un 6,67 por ciento que no accedió a educación y el 60,00 por ciento toma en cuenta otras dificultades económicas.

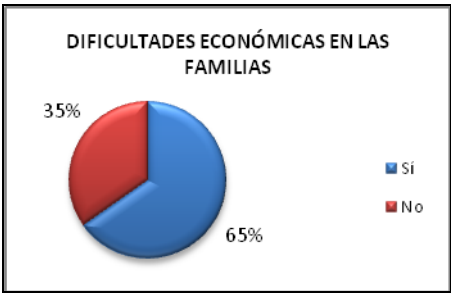


Gráfico 22. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

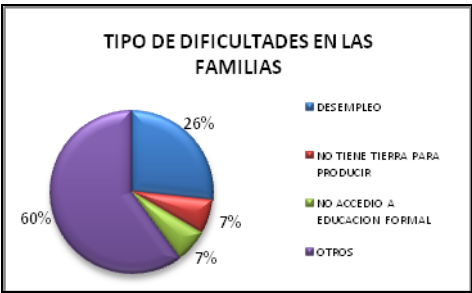


Gráfico 23. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

Existe una correlación entre las variables del acceso a educación con el obtener un mejor empleo y, por tanto, mejorar su calidad de vida.



Gráfico 24. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

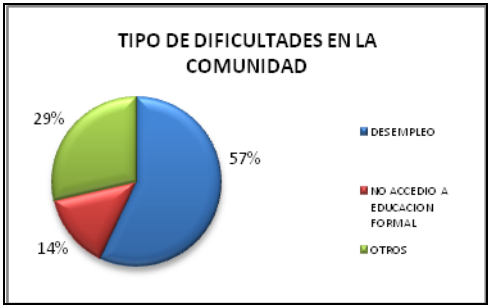


Gráfico 25. Actividades productivas.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

El 86,96 por ciento afirmó que la comunidad tiene dificultades económicas. El 57,14 por ciento dijo que la principal dificultad económica es no acceder a oportunidades de

trabajo, el 14, 29 por ciento a la baja instrucción escolar y el 28, 57 por ciento pensó en otro tipo de dificultades.

Recursos naturales

El 79,17 por ciento de los encuestados tiene la percepción de que los recursos naturales están conservados. El 70,83 por ciento conoce el plan/diseño de conservación ambiental, el 76,19 por ciento afirmó que conoce la aplicación del plan/diseño de conservación ambiental elaborado en el 2010.

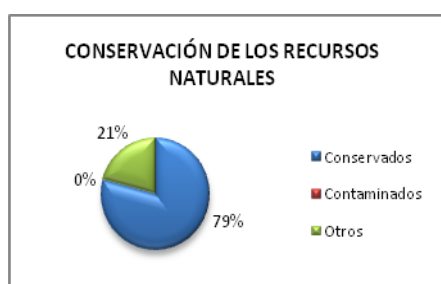


Gráfico 26. Recursos naturales.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

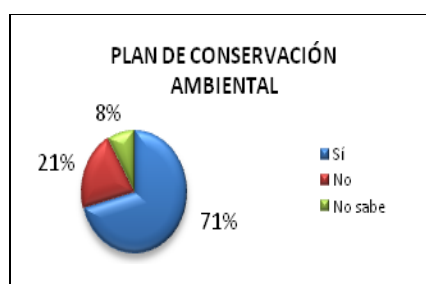


Gráfico 27. Recursos naturales.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

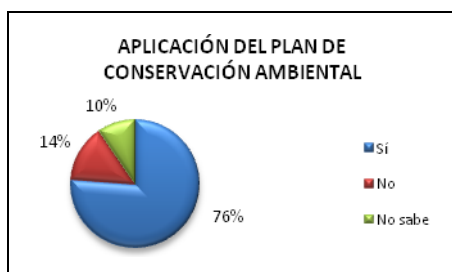


Gráfico 28 Recursos naturales.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

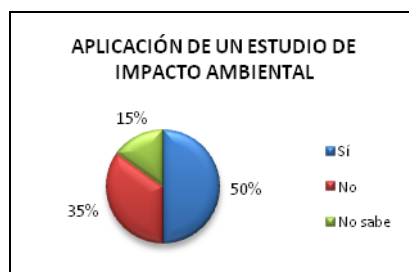


Gráfico 29 Recursos naturales.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

El 41,67 por ciento de los entrevistados afirmó que conoce el estudio de impacto ambiental realizado para Yunguilla, mientras el 50,00 por ciento sostuvo que actualmente aplican el estudio mencionado.

Flora y fauna

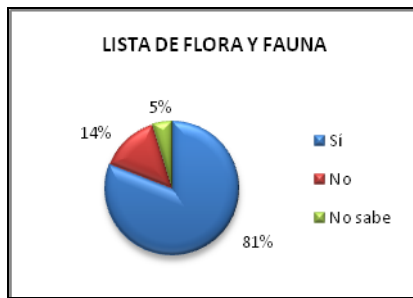


Gráfico 30. Flora y fauna.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

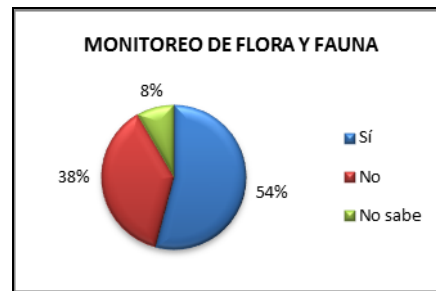


Gráfico 31. Flora y fauna.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

El 80,95 por ciento de los entrevistados conoce la lista de flora y fauna que existe en la comunidad y un 54,17 por ciento está al tanto de monitoreo de la flora y fauna. Un 42,86 por ciento de la población manifestó que la frecuencia del monitoreo es una vez al año, el 28,57 por ciento que es trimestral, el 14,29 por ciento señaló que era semestral y un 14,29 por ciento considera que no se realiza ningún monitoreo. La lista de flora y fauna fue elaborada en el 2010 por la coordinadora de turismo.

Hay muchos perros en las casas de las familias, algunos son maltratados (los pegan, están desnutridos) y otros abandonados en la calle de acceso principal, lo que no causa una buena impresión a los turistas.

Conservación del bosque

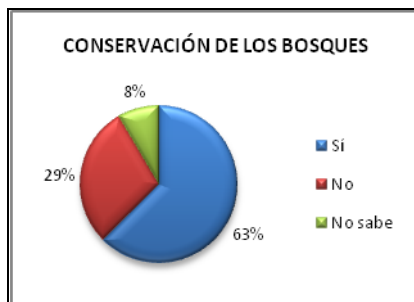


Gráfico 32. Conservación del bosque.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

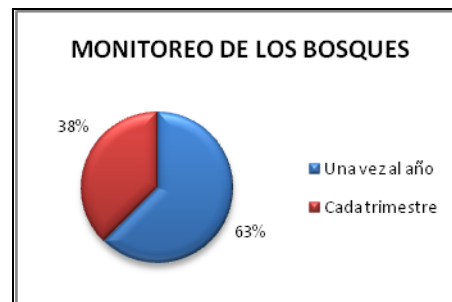


Gráfico 33. Conservación del bosque.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

El 62,50 por ciento de los entrevistados conoce el sistema de monitoreo del estado de conservación de los bosques, un 62,50 por ciento de la población manifestó que la frecuencia con la que se realiza el monitoreo es una vez al año y un 37,50 por ciento que es trimestral.

Manejo de desechos

El 47,92 por ciento de los entrevistados aseguró que clasifica los desechos sólidos para su posterior reciclaje, el 41,67 por ciento manifestó que los residuos se trasladan a Quito por el sistema de recolección, un 2,08 por ciento los quema y un 8,0 por ciento bota al bosque y/o los entierran. En las visitas realizadas en la comunidad (parte baja) y en los miradores (zona alta) se observó mucha basura en los senderos y en los filos de las carreteras.

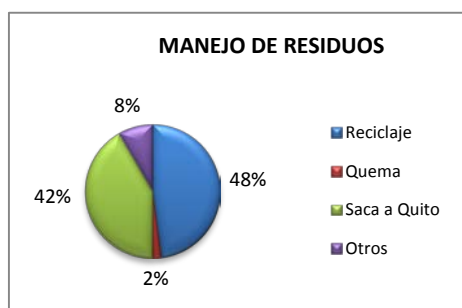


Gráfico 34. Manejo de desechos.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.



Gráfico 35. Educación ambiental.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

Educación ambiental

El 95,65 por ciento de la población manifestó que conoce un programa de educación ambiental (2010) en el que participan los niños y las niñas de las comunidades de Yunguilla, Niebli y Cruz Loma, denominado YUNGONI. Las actividades que se realizan en este programa son las del manejo y reciclaje de basura, conservación de recursos naturales (no talar el bosque, conocer las especies nativas de flora y fauna) y actividades recreativas como *camping* y caminata por los senderos, entre otras.

Esta práctica ambiental la vienen realizando desde hace 15 años en la comunidad. Si bien la información obtenida es importante, es necesario mirar y reformular los planes y programas en función de las demandas actuales de la conservación, sustentabilidad y del turismo comunitario. Se puede concluir que es necesario profundizar en esta temática.

Asistencia técnica

El 91,67 por ciento de los encuestados afirmó que la comunidad recibe asistencia técnica en turismo, agroecología, elaboración de mermelada y quesos, de papel reciclado y artesanías, participa en los programas de conservación del bosque nublado, entre otras actividades. El 53,66 por ciento de la población afirmó que la asistencia técnica se basa en capacitación, el 29,27 por ciento en el voluntariado y un 17,07 por ciento en asesoría técnica.

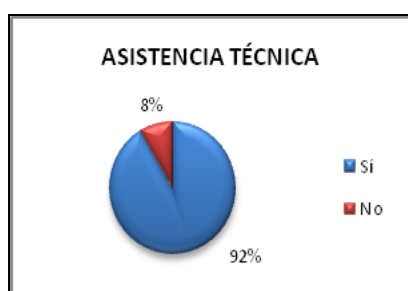


Gráfico 36. Asistencia técnica.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

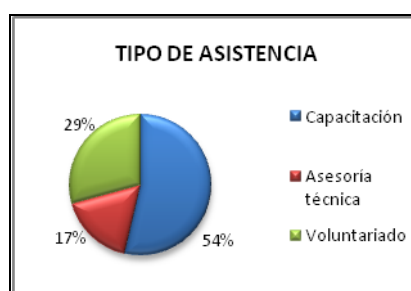


Gráfico 37. Asistencia técnica.
Fuente: entrevistas a pobladores de la comunidad.

Las principales instituciones que han prestado asesoría en la comunidad son la Fundación Maquipucuna, Fundación Jatun Sacha, Universidad Politécnica Javeriana, ECOFONDO, Fundación Yunguilla, Consejo Provincial de Pichincha, Municipio de Quito, Programa Socio Bosque y Corporación Agro Ecología.

TABLA DE RESUMEN GENERAL

1. IDENTIFICACIÓN GENERAL				
Estado civil:				
Soltero	Casado	Unión libre	Separado	
20,83 %	62,50%	8,33%	8,33%	
Número de miembros que conforman su familia:				
2 personas	3-5 personas	más de 5 personas		
13,04%	69,57%	17,39%		
Nivel de instrucción:				
Primaria	Secundaria	Superior	Técnica	Otras
52%	30%	12%	0%	4%
2. ORIGEN Y DEZPLAZAMIENTO DE LA POBLACIÓN				
¿Alguno de los miembros de su familia ha migrado recientemente?				
Sí		No		
58,33%		41,67%		
3. PROPIEDAD DE LA TIERRA				
Su tierra en Yunguilla es por:				
Herencia	Compra	Trueque	Parcelas	Comuna
39,13%	52,17%	0%	4,35% %	4,35%
¿La propiedad es legal?				
Sí		No		
69,57%		30,43%		
¿Tiene escrituras?				
Sí		No		
69,57%		30,43%		
4. SERVICIOS BÁSICOS E INFRAESTRUCTURA DE LA COMUNIDAD				
¿Cuenta con servicio de luz eléctrica?				
Sí		No		
95,83%		4,17%		

¿La comunidad cuenta con agua potable?				
Sí		No		
0%		100%		
En la comunidad existe:				
Escuela	Colegio	Instituto	Alfabetización	
68,57%	0%	0%	31,43%	
¿Existe Centro de Salud en la comunidad?				
Sí		No		
8,33%		91,67%		
¿Existe Policía Comunitaria?				
Sí		No		
0%		100%		
¿Cuentan con internet?				
Sí		No		
50%		50%		
¿Existe TV Cable?				
Sí		No		
8,33%		91,67%		
Su vivienda es:				
Propia	Arrendada	Comunal	Otros	
86,96%	0%	8,70%	4,34%	
Tipo de vivienda:				
Familiar	Colectiva	Casa	Departamento	Cuarto
20%	4%	68%	4%	4%
¿Qué tipo de acceso tiene su vivienda?				
Calle adoquinada	Calle empedrada	Calle lastrada	Camino de tierra	Sendero
12%	4%	32%	48%	4%
4.1 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS				
¿A qué se dedica?				
Agricultura	Ganadería	Turismo	Artesanía	Negocios
31,91%	31,91%	31,91%	4,26%	0%

La actividad la realiza:				
En la comunidad		Fuera de la comunidad		
88,00%		12,00%		
¿Recibe la comunidad o parte de ella asistencia técnica?				
Sí		No		
91,67%		8,33%		
¿De qué tipo?				
Capacitación	Asesoría técnica	Ayuda financiera	Voluntariado	Otros
53,66%	17,67%	0%	29,27%	0%
5. TURISMO				
¿Participa de las actividades turísticas de la comunidad?				
Sí		No		
86,36%		13,64%		
¿Cómo participa?				
Proveedor de alojamiento		36,35%		
Proveedor de alimentación		36,36%		
Proveedor de actividades		11,35%		
Otros		15,91%		
¿Quiénes participan de su núcleo familiar en las actividades turísticas?				
Toda la familia	Padre	Madre	Hijos	
38,46%	15,38%	30,77%	15,38%	
¿Sabe usted quiénes son los responsables de la actividad turística en Yunguilla?				
Sí		No		
95,65%		4,35%		
¿Conoce qué funciones cumplen?				
Sí		No		
82,61%		17,39%		
¿Considera usted que existe algún problema-conflicto relacionado con la actividad turística?				
Sí		No		
52,17%		47,83%		

¿Conoce cuál es el problema?				
Sí		No		
85,71%		14,29%		
¿Conoce los motivos del problema?				
Sí		No		
92,31%		7,69%		
¿Le afecta a usted este problema?				
Sí		No		
53,85%		46,15%		
6. ECONOMÍA FAMILIAR				
¿Quién(es) trabaja(n) en la familia?				
Toda la familia	Padre	Madre	Hijos	
23,53%	35,29%	38,24%	2,94%	
¿Quién(es) sustenta(n) los gastos familiares?				
Toda la familia	Padre	Madre	Hijos	
3,03%	36,36%	57,58%	3,03%	
¿Quién(es) maneja(n) el dinero?				
Toda la familia	Padre	Madre	Hijos	
0%	51,43%	45,71%	2,86%	
¿Tiene otra fuente de ingresos?				
Sí		No		
90,48%		9,52%		
¿Tiene dificultades económicas en su familia?				
Sí		No		
65,22%		34,78%		

CAPÍTULO IV

DIAGNÓSTICO A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS²

CARACTERÍSTICAS DE LOS ENTREVISTADOS

Las personas entrevistadas pertenecen a las familias que brindan servicios turísticos. Sus viviendas están dispersas en la carretera de acceso a la comunidad. Los prestadores de servicios se dedican a cultivar huertos familiares, crianza y venta de animales domésticos (pollos, cuyes, cerdos), ganadería a pequeña escala, venta de leche y quesos, entre otras. Su participación en la organización y gestión del turismo comunitario lo realizan desde hace 15 años. Actualmente, cerca de 80 integrantes de la comunidad son parte de la Corporación Microempresarial Yunguilla y están interesados en mejorar las operaciones turísticas de la comunidad.

El 16 de septiembre de 2011 se entrevistó a 10 prestadores de servicios turísticos de alojamiento, alimentación y guía. Los resultados de las mismas tienen las conversiones utilizadas en el capítulo anterior respecto al manejo de la información. La entrevista se encuentra como anexo.

RESULTADOS

Perfil de los emprendimientos

El 80,00 por ciento de los emprendimientos son familiares y el restante 20,00 por ciento se trata de parejas de adultos mayores cuyos hijos viven en Quito o en el extranjero y regresan a visitar a sus padres ocasionalmente. La acogida que brindan los adultos mayores a los turistas es cálida y amable. Los adultos mayores expresaron que se sienten alegres y útiles cuando llegan los turistas, se esmeran por atender de la mejor manera, aunque algunas de sus viviendas no tengan las condiciones adecuadas.

² Hallazgos obtenidos en el 2011.

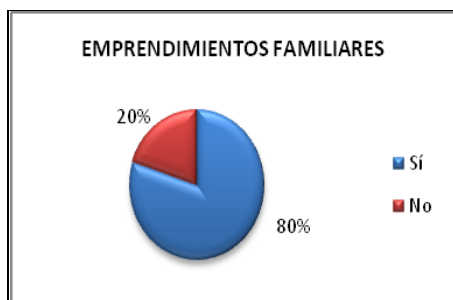


Gráfico 38. Perfil de los emprendimientos turísticos.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

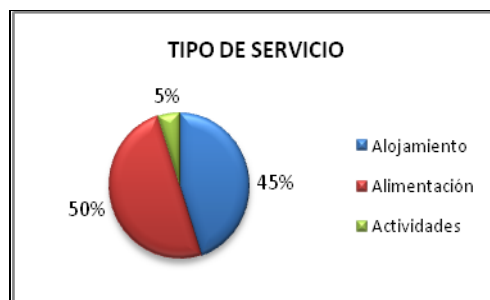


Gráfico 39. Perfil de los emprendimientos turísticos.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

El 50,00 por ciento de los emprendimientos son de servicios de alimentación, el 45,00 por ciento de alojamiento y el 05,00 por ciento de actividades de guía. Es importante mencionar que existe una prestación de servicios mixta, ya que los hospedajes familiares brindan al mismo tiempo servicio de alimentación a los turistas.

El 90,00 por ciento de los entrevistados afirmó que se dedica todo el día a atender a los turistas, tanto el grupo de familia de una a tres personas que corresponde al 88,89 por ciento, como el de tres a cinco personas del 11,11 por ciento. Esto refleja una participación y/o apoyo activo de los integrantes de las hospederías familiares en las actividades de turismo comunitario, por lo que no consideran necesario contratar personas de otras familias o miembros de la comunidad para atender a los turistas.

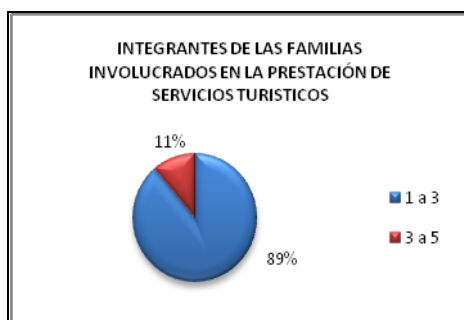


Gráfico 40. Perfil de los emprendimientos turísticos.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

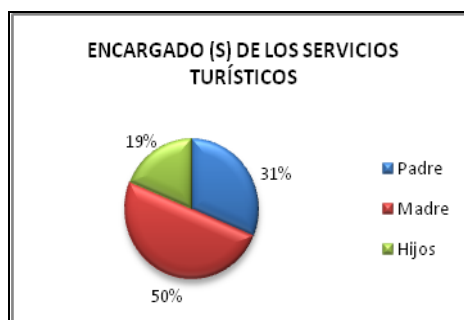


Gráfico 41. Perfil de los emprendimientos turísticos.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

El 50,00 por ciento corresponde a las mujeres (madres de familia) como las principales encargadas de los servicios turísticos. El 31,25 por ciento corresponde a los hombres (padres de familia) y el 18,75 por ciento a los hijos que se dedican especialmente a la guianza.

La hacienda de Tahuallullo aloja a grupos grandes de turistas, tiene capacidad para brindar servicio de alimentación a 45 personas y de alojamiento a ocho personas.

La coordinadora de turismo planifica el trabajo en base al número de turistas y contrata el personal que se necesita para las actividades de la cocina, guía, limpieza y sus ayudantes, entre otros. La coordinadora, además, distribuye las actividades entre los socios de la corporación y/o miembros de la comunidad, establece acuerdos de manera verbal y un salario diario y/o mensual, dependiendo de la cantidad de grupos y de los días de hospedaje en la hacienda.

Aunque los entrevistados afirmaron que el 71,43 por ciento de los turistas que visitan Yunguilla son extranjeros y el 28,57 por ciento nacionales, no cuentan con un libro de registro de ingresos de turistas. Únicamente existe el registro de los voluntarios que realizan actividades de reforestación, mantienen los senderos, pican y licuan fruta para la elaboración de mermeladas, reciben la leche para la producción de quesos, dan clases de inglés a los niños de la escuela y/o guías, y participan de otras actividades que surgen en la cotidianidad de la comunidad.

Perfil del propietario de los emprendimientos turísticos

El 80,00 por ciento de los entrevistados afirmó que los propietarios de los emprendimientos tienen más de 50 años de edad, y el 20,00 por ciento entre 30 y 40 años de edad. Es positivo que los adultos mayores estén involucrados y activos en las operaciones turísticas, sin embargo, es preocupante la ausencia de jóvenes en la comunidad.

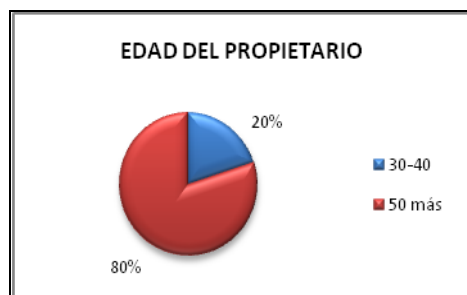


Gráfico 42. Perfil del propietario de los emprendimientos turísticos.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.



Gráfico 43. Perfil del propietario de los emprendimientos turísticos.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

El 80,00 por ciento de los entrevistados de más de 50 años de edad afirmó tener más de cinco años de experiencia en las actividades turísticas, lo que corresponde al tiempo de desarrollo del turismo en la comunidad. El 10,00 por ciento tiene de uno a tres años de experiencia y el 10,00 por ciento restante de tres a cinco años.

El nivel de estudios de los prestadores de servicios reflejó que el 40,00 por ciento tiene estudios primarios, el 30,00 por ciento es autodidacta y no tiene ningún tipo de instrucción formal, en su mayoría son adultos mayores que conforman el 70,00 por ciento de estos dos grupos. Hay un 30,00 por ciento que tiene estudios secundarios que corresponde a los adultos y a los jóvenes.

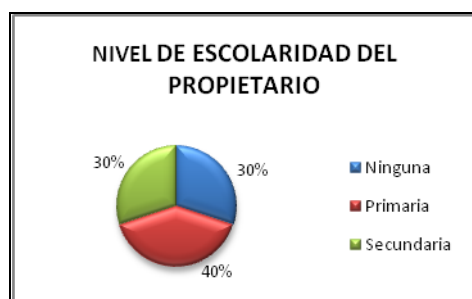


Gráfico 44. Perfil del propietario de los emprendimientos turísticos.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

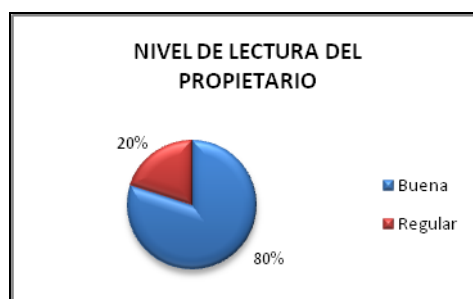


Gráfico 45. Perfil del propietario de los emprendimientos turísticos.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

El 80,00 por ciento de los entrevistados afirmó que el nivel de lectura es bueno y el 20,00 por ciento regular. Esta información es relevante y positiva, ya que los prestadores de servicios pueden acceder a cursos, capacitaciones y talleres u otros, a corto, mediano y largo plazos, en beneficio de sus proyectos y de la comunidad. Además, debe tomarse en cuenta para la aplicación de una metodología y el diseño adecuado de los talleres de capacitación.

Perfil de las hospederías familiares

El 88,89 por ciento de hospederías familiares tiene capacidad para alojar de una a tres personas. El 11,11 por ciento corresponde a la casa hacienda Tahuallullo, que tiene capacidad para ocho personas.

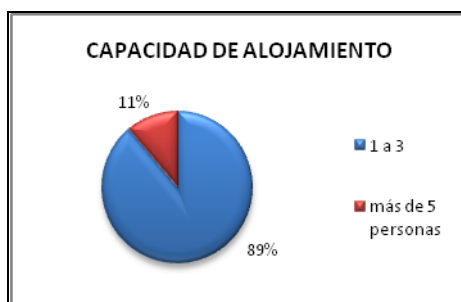


Gráfico 46. Perfil de las hospederías familiares.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.



Gráfico 47. Perfil de las hospederías familiares.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.



Gráfico 48. Perfil de las hospederías familiares.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

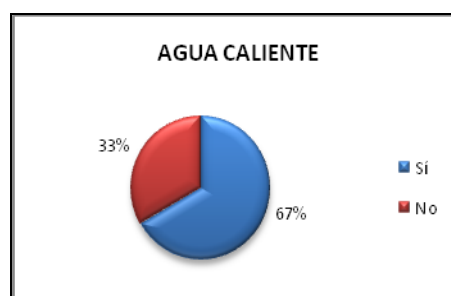


Gráfico 49. Perfil de las hospederías familiares.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

El 66,67 por ciento de las hospederías tiene habitaciones simples y el 33,33 por ciento dobles. El 66,67 por ciento no cuenta con baños privados y el 33,33 por ciento tiene agua caliente. Las diferencias de la infraestructura y equipamiento entre las hospederías es notoria: el acceso a las viviendas de los adultos jóvenes está en buen estado, hay algunas casas que tienen agua caliente y habitaciones exclusivas para los turistas, mientras que en las de los adultos mayores, los integrantes de las familias ceden sus habitaciones a los turistas, no tienen agua caliente, ni una adecuada construcción para evitar el frío de la zona, y el acceso están en mal estado. Estas diferencias, según testimonios de algunos adultos mayores, son motivo de reclamos entre los miembros de la comunidad, que sienten que existen “desigualdades”. Esta información debe ser profundizada para atender los requerimientos y evitar que este malestar genere conflictos entre los prestadores y en la comunidad en general.

La misma percepción expresaron algunos turistas: “estas diferencias molestan, ya que a algunos se nos trata como reyes y a otros no”. Sería importante estandarizar los servicios de turismo comunitario en función de ofertar servicios de calidad, distribución equitativa de los beneficios y la sustentabilidad del mismo.



Gráfico 50. Perfil de las hospederías familiares.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

El 77,78 por ciento de los entrevistados afirmó que la prestación del servicio de alojamiento mejoró sus ingresos. No quisieron dar cifras aproximadas de los ingresos extras, sin embargo, mencionaron que para ellos el trabajo y el dinero adicional “siempre” son buenos. El 22,22 por ciento percibe que los beneficios del turismo son limitados por la reducción del número de turistas que visita actualmente la comunidad, afirmaron que antes había más visitantes. Consideran al turismo como una alternativa a la agricultura, pero los ingresos no son suficientes para dejar de producir la tierra. Actualmente los pobladores prefieren recibir voluntarios, ya que obtienen de ello un ingreso extra que les permite mejorar sus viviendas y calidad de vida.

Las percepciones de los prestadores de servicios

Se recogieron las percepciones de los prestadores de servicios de alojamiento acerca de la situación actual y futura de sus emprendimientos, que se detallan en el siguiente gráfico.



Gráfico 51. Percepción sobre la situación actual y futura de los prestadores de servicios de alojamiento.

Fuente: entrevistas a prestadores de servicios de alojamiento.

Perfil del servicio de alimentación familiar

El 40,00 por ciento de los emprendimientos familiares ofrece servicios de alimentación de una a tres personas, el 30,00 por ciento de tres a cinco personas y el 30,00 por ciento de 45 a 50 personas en la Hacienda Tahuallullo. El 100 por ciento de los prestadores de este servicio prepara comida tradicional como arroz de cebada, coladas de granos como choclo, arvejas, morocho de sal y de dulce, anchapaxas (tortillas de harina de trigo con manteca de chanco), habas calpas (habas dulces), ponche de habas con huevo, dulce de zambo, entre otros. Para la elaboración de los platos utilizan productos de sus huertos familiares, coles, nabos, tomates, papas, habas, choclos, entre otros.

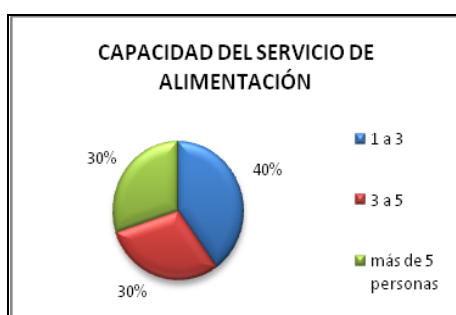


Gráfico 52. Perfil del servicio de alimentación.

Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.



Gráfico 53. Perfil del servicio de alimentación.

Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

El 90,00 por ciento de los entrevistados afirmaron que sus ingresos han mejorado y el 10,00 por ciento que los beneficios del turismo son limitados. Consideran el turismo como una alternativa a la agricultura, pero los ingresos no son suficientes para dejar de

producir la tierra. Actualmente los pobladores prefieren recibir voluntarios, ya que perciben un ingreso extra que les permite mejorar sus viviendas y calidad de vida.

Las percepciones sobre la situación actual y futura de los prestadores de servicios de alimentación, se recogieron en el siguiente gráfico:



Gráfico 54. Percepción sobre la situación actual y futura de los prestadores de servicios de alimentación.

Fuente: entrevistas a prestadores de servicio de alimentación.

Perfil de los guías comunitarios

Los guías en Yunguilla tienen de 20 a 30 años de edad, estudios secundarios, buen nivel de lectura y algunos hablan inglés básico. Cuentan con tres a cinco años de experiencia en actividades de guía, generalmente trabajan con grupos de más de 10 personas y no cuentan con un guión para realizar sus actividades. Según sus testimonios, los ingresos se han incrementado con la actividad turística, lo que ha permitido mejorar sus condiciones de vida.

El gráfico muestra la percepción de los guías comunitarios en torno a su situación actual y futura.

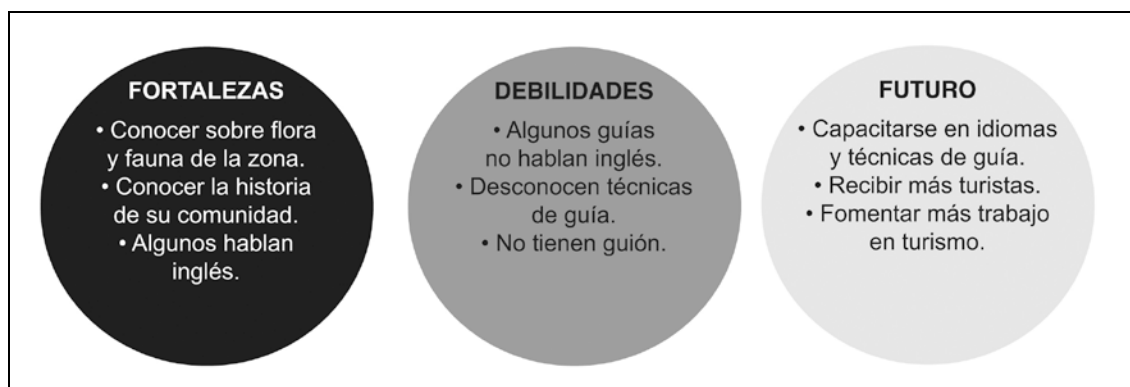


Gráfico 55. Percepción de los guías comunitarios sobre la situación actual y futura del turismo comunitario.

Fuente: entrevistas a los guías comunitarios.

Necesidades de capacitación

El 70,00 por ciento de los entrevistados desconoce la forma más adecuada para promocionar sus emprendimientos y el 30,00 por ciento tiene referentes básicos de promoción y difusión de los mismos.

El 60,00 por ciento de los entrevistados desconoce los aspectos legales de las operaciones turísticas comunitarias, como permisos de funcionamiento emitidos por MINTUR, tributación de impuestos SRI, los procedimientos y reglamentos necesarios para tener en orden la Corporación, etc.; sin embargo, el 40,00 por ciento afirmó que la Corporación Yunguilla se encarga de este tema.

Respecto al manejo de la contabilidad de los emprendimientos, el 90,00 por ciento de los encuestados afirmó que no tiene ningún tipo de sistema contable, ni registro de ingresos y gastos. El 10,00 por ciento cuenta con un registro básico de ingresos y egresos. Es necesario que se articule y complemente de acuerdo a los sistemas contables vigentes.

El 90,00 por ciento de los prestadores paga impuestos, la mayoría son adultos jóvenes que realizan negocios con productos cultivados en sus terrenos y/o por empleos temporales fuera de la comunidad; el 10,00 por ciento de los entrevistados no tributa. En este grupo están los adultos mayores, quienes desconocen estos procedimientos.



Gráfico 56. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

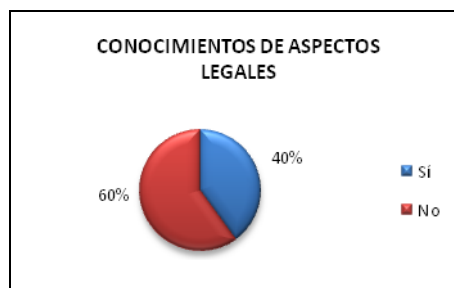


Gráfico 57. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.



Gráfico 58. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.



Gráfico 59. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.



Gráfico 60. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

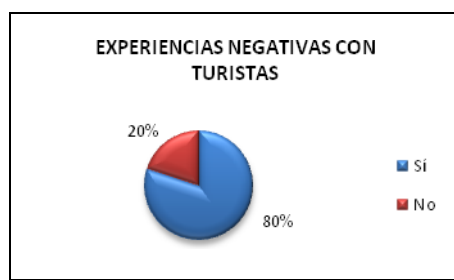


Gráfico 61. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

El 90,00 por ciento de los entrevistados tiene conocimientos de atención y servicio al cliente, y el 10,00 por ciento lo desconoce.

El 80,00 por ciento de los encuestados tuvo algún tipo de experiencia negativa con los turistas y voluntarios, especialmente porque la comida tradicional es contundente y las porciones son grandes.

El 70,00 por ciento de los entrevistados afirmó que requieren mejorar su negocio en cuanto a la infraestructura y el aseo de las hospederías; diversificar la comida que se brinda y el trato a los turistas; el 30,00 por ciento no identifica aspectos por mejorar en su negocio.

El 90,00 por ciento tiene capacitaciones en temas de alimentación e higiene de alimentos; el 60,00 por ciento de los entrevistados ha recibido capacitaciones sobre alojamiento y el 40,00 por ciento en técnicas de guía. Las capacitaciones se realizaron con frecuencia al inicio del proyecto de turismo comunitario, luego fueron ocasionales y en la actualidad no se han realizado, por lo que consideran necesario retomar y reforzar este proceso.



Gráfico 62. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

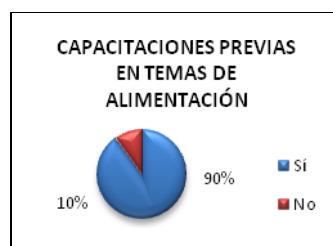


Gráfico 63. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

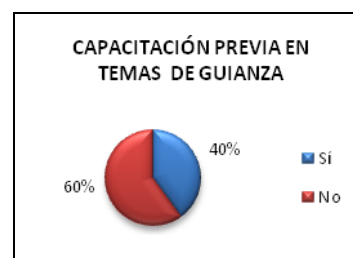


Gráfico 64. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

Necesidades de capacitación identificadas

Las tres necesidades principales de capacitación identificadas por los prestadores de servicios son tres:

- Promoción y mercado (22,50 por ciento).
- Inglés básico (22,50 por ciento).
- Seguridad alimentaria (17,50 por ciento).

Las áreas de interés para recibir capacitación son tres:

- Promoción y mercadeo (23,68 por ciento).
- Seguridad alimentaria (23,68 por ciento).
- Inglés básico (18,42 por ciento).

El 90,00 por ciento de los entrevistados expresó su disposición a recibir capacitación los fines de semana, de los cuales el 72,73 por ciento prefiere por la tarde y el 27,27 por ciento durante la mañana.

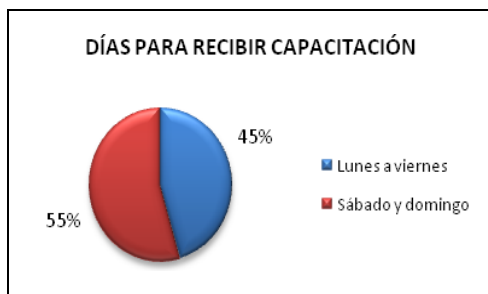


Gráfico 65. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

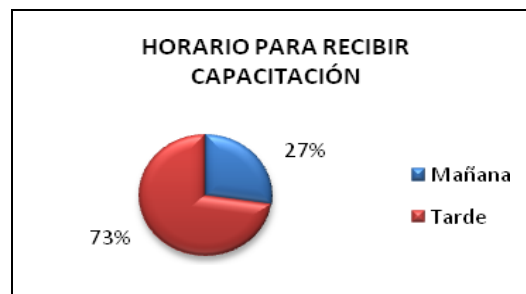


Gráfico 66. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

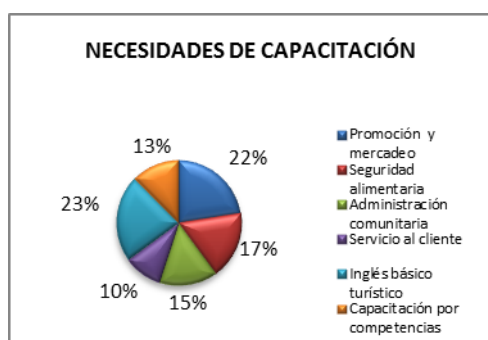


Gráfico 67. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

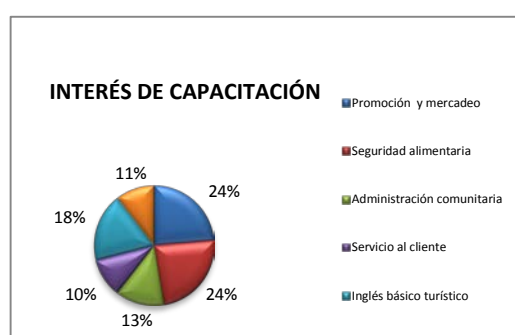


Gráfico 68. Necesidades de capacitación.
Fuente: entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

Si bien los prestadores de servicios identifican tres temáticas principales de capacitación, parecería que no tienen la necesidad de capacitarse o fortalecer sus emprendimientos desde una perspectiva comunitaria, tampoco visualizan que el turismo comunitario requiere de la participación de toda la comunidad. Por tanto, sería importante incorporar el enfoque de gestión y organización comunitaria como un eje fundamental del proceso de capacitación e integrar a todos los miembros de la comunidad.

Es necesario profundizar en la dinámica actual de la gestión comunitaria del turismo; sin embargo, como un ejercicio y para responder al objetivo planteado al inicio de la presente investigación, se desarrollará el primer tema solicitado por los prestadores de servicios.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

LA COMUNIDAD

Yunguilla es una comunidad rural con producción agrícola limitada, que requiere ser fortalecida en gestión comunitaria.

La organización comunitaria con la asistencia técnica de Maquipucuna facilitó la recuperación del bosque nublado, uno de los principales atractivos turísticos naturales de Yunguilla.

La falta de servicios básicos como agua potable, alcantarillado, centros educativos, Policía Comunitaria, Centro de Salud, cobertura de telefonía fija, servicio de internet, entre otros, limita el desarrollo de la comunidad, la educación y la actividad turística.

El acceso a educación formal aún es limitado por la falta de colegios o institutos técnicos en la comunidad. Los jóvenes entre 12 y 25 años de edad estudian en colegios de Quito o Calacalí. Todavía es incierto si los jóvenes al finalizar sus estudios volverán a la comunidad, por lo que se recomienda realizar un análisis a mediano plazo para conocer si regresan y se reintegran a las actividades de la comunidad.

En Yunguilla hay un alto porcentaje de migración de adultos jóvenes que viven en otros países con el fin de mejorar su situación personal y/o la economía familiar.

Únicamente el 32,00 por ciento de la comunidad está involucrada en las actividades de turismo; el resto de personas se dedica a actividades tradicionales de agricultura y ganadería. Es necesario profundizar esta dinámica y reorientar las actividades turísticas con el fin de integrar a todos los habitantes de la comunidad.

Es fundamental conocer las dinámicas de la organización en Yunguilla, profundizar si es comunitaria o únicamente de los prestadores de servicio, a qué instancias de la comunidad representa la directiva, a qué intereses responde y qué temas se priorizan.

Los emprendimientos turísticos

La actividad turística en la actualidad, de acuerdo al diagnóstico realizado, es más familiar que comunitaria.

El turismo comunitario y los microemprendimientos constituyeron una alternativa económica para el 32 por ciento que está involucrado, especialmente para las mujeres y los adultos mayores, quienes son los principales beneficiarios.

Los miembros de la comunidad involucrados en las operaciones turísticas tienen conocimientos relacionados con el alojamiento, alimentación y guía, el intercambio cultural y de experiencias.

Los beneficios de la actividad turística son percibidos por los entrevistados como limitados si se compara con períodos anteriores, ya que el número de visitantes ha disminuido y la calidad del servicio ofertado es desigual, lo que genera malestar en los turistas. Por tanto, se necesita realizar un diagnóstico de este sector para conocer la dinámica e intervenir.

Los turistas que visitan la comunidad son extranjeros; las motivaciones que los lleva hasta allí son la tranquilidad, el entorno natural y cultural, y el proceso de la constitución del turismo comunitario en Yunguilla.

La coordinadora de Turismo de Yunguilla mencionó que los prestadores de servicios turísticos no cuentan con un estudio de demanda; sin embargo, en el documento “Estandarización y mejoramiento del Servicio de Alojamiento Comunitario”, elaborado en el 2010 por Deysi Collahuazo y Sandra Vinuesa, se incluye un diagnóstico de componentes de las actividades turísticas, planificación estratégica de la comunidad de Yunguilla y un plan de negocios.

A través de conversaciones con la coordinadora de Turismo de la comunidad se conoció que algunas actividades previstas no se han ejecutado por falta de recursos económicos e interés de los habitantes, y otras como mejorar la calidad de los servicios están en proceso de implementación. Sería necesario apoyar este proceso de mejoramiento, también abrir espacios de reflexión para comprender y reformular la dinámica actual del turismo comunitario.

Necesidades de capacitación

Existe apertura por parte de los entrevistados para participar en capacitaciones que aborden temas turísticos, ya que el número decreciente de turistas crea un ambiente de incertidumbre en los prestadores de servicios respecto a la sostenibilidad de sus emprendimientos turísticos.

Los entrevistados consideran importante elaborar presupuestos en base a estudios de cálculo de costos, selección de personal y selección de proveedores, además de conocer técnicas de promoción y comercialización de productos turísticos comunitarios, con el fin de aumentar la llegada de turistas.

Es notable la diferencia entre los prestadores de servicios que han accedido a capacitaciones con los que no han podido hacerlo. La oferta de servicios turísticos no está estandarizada, lo que genera conflictos entre los prestadores de servicios y algunos turistas.

No hay un seguimiento a los prestadores de servicios para reforzar y/o profundizar en temas de capacitación que permitan mantener la calidad en los servicios de turismo.

RECOMENDACIONES

La comunidad

Se recomienda realizar un análisis a profundidad de la organización comunitaria de Yunguilla para reorientar las dinámicas y procesos comunitarios con el fin de integrar a todos los miembros de la comunidad en los emprendimientos turísticos.

Los emprendimientos turísticos

Las actividades turísticas han generado beneficios en los prestadores de servicios; sin embargo, todavía hay limitaciones que deben solucionarse a corto plazo, como la estandarización de los servicios turísticos, esto con el fin de lograr un adecuado funcionamiento de las operaciones turísticas y satisfacción de los clientes.

Necesidades de capacitación

La capacitación y seguimiento permanente a los prestadores de servicios debería ser una actividad continua en la comunidad. La predisposición de los habitantes de Yunguilla a recibir capacitación con el fin de mejorar sus emprendimientos es muy importante y debe ser considerada como prioritaria.

Hay limitaciones económicas para mantener un proceso de capacitación con instituciones privadas y públicas; sin embargo, hay gente local preparada, que conoce a profundidad la comunidad y podría dar talleres y seguimiento continuo a las necesidades de capacitación. Además de disponer de manuales para capacitar y mejorar la gestión comunitaria de los emprendimientos turísticos.

BIBLIOGRAFÍA

- Bote Gómez, V. Turismo en espacio rural, Editorial Popular. Madrid, 2008.
- Cañada, E. “Perspectivas del Turismo Comunitario: cómo mantener vivas las comunidades rurales”, en *Revista Pueblos*. Madrid, 2010 [http://www.revistapueblos.org/spip.php?article184].
- Estrella, M. *Turismo comunitario, la gestión de destinos y el desarrollo local en Turismo comunitario en Ecuador, una visión empresarial en Ecuador y sus retos actuales en Cultura, Comunidad y Turismo*. Quito: Abya-Yala. 2009.
- Etzel, Michael J.; *Fundamentos de Marketing*. Editorial McGraw-Hill. 2001.
- Farfán, K. y Serrano, A. *Turismo comunitario en Ecuador, una visión empresarial en Ecuador y sus retos actuales en Turismo Comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala/Universidad de Cuenca. 2007.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. FEPTCE, Manual de calidad para la gestión del turismo comunitario del Ecuador, Quito, 2007.
- Luger, A. Cisneros, D. *Aprendiendo de nuestra experiencia, manual de sistematización participativa*. Abya-Yala. Quito, 2003.
- Maturana, Humberto. *Formación humana y capacitación*. Ediciones Dolmen. Santiago. 1995.
- Ministerio de Turismo Ecuador. Plandetur 2020.
- Ministerio de Turismo Ecuador. Plan Integral de Marketing Turístico. 2010.
- Maldonado, Carlos. Negocios Turísticos con Comunidades NETCOM. *Manual del Facilitador*. OIT. Quito 2006.

- Rhoades, R. *Una alianza para la investigación en Cotacachi, Ecuador, en Desarrollo con identidad*, Abya-Yala, Quito, 2006.
- Rodríguez, Arnaldo. *Marketing de Turismo Sustentable*. Conservación Internacional. Quito, 2007.
- Ruiz, E. Hernández, A. Coca, A. Cantero, P. Del Campo, A. Turismo Comunitario, Quito, 2008.
- Solís, D. *De la resistencia a la sostenibilidad: el proceso histórico del turismo comunitario en Ecuador y sus retos actuales en Turismo Comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social*. Quito: Abya-Yala: Universidad de Cuenca. 2007.
- Solís, D. Ruiz, E. Turismo Comunitario en Ecuador, Desarrollo y Sostenibilidad Social. Quito: Abya-Yala: 2008.
- Universidad de Especialidades Turísticas, UCT. Negocios Turísticos con Comunidades NETCOM *Manuales del Facilitador*. Quito 2006.
- Vintimilla, M. *Cultura, comunidad y turismo: ensayos sobre el turismo comunitario en Ecuador*. Quito: Abya-Yala/Universidad de Cuenca. 2009.
- Vintimilla, M. *Cultura, comunidad y turismo*. Quito: Abya-Yala. 2009.
- World Tourism Organization, UNWTO Annual report. 2010.

Direcciones electrónicas

<http://www2.unwto.org/es>

<http://www.feptce.org/>

<http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000006>

<http://www.turismo.gob.ec/>

<http://www.turismoruralperu.org/>

ANEXOS

1. Anexo 1. Consentimiento informado y entrevista para la comunidad
2. Anexo 2. Consentimiento informado y entrevista a prestadores de servicios turísticos
3. Anexo 3. Sistematización version digital
4. Anexo 4. Fotografías

Anexo 1: Consentimiento informado y encuesta para la comunidad

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente encuesta es parte de un estudio de identificación de necesidades de capacitación en turismo, previo a la obtención del título de licenciatura en turismo con mención en ecoturismo. La investigación está enfocada a miembros de la comunidad vinculados o no con la actividad turística en la comunidad de Yunguilla para conocer el proceso de Yunguilla y su opinión sobre el turismo comunitario.

El estudio es conducido por la señorita Trilce Tobar, estudiante de la carrera de ecoturismo de la Universidad Católica del Ecuador.

Esta encuesta es voluntaria y confidencial –se presentan únicamente los resultados combinados-. Debe ser mayor de 18 años para contestar esta entrevista.

Número (ID): _____

Encuestador (iniciales): _____

Fecha: _____

Sitio: _____

1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Nombre del entrevistado: _____

Edad: _____

¿Ocupación/cargo?

Firma del entrevistado: _____

Estado civil:

Soltero

Casado

Unión libre

Separado

Número de miembros que conforman su familia:

2 personas

3-5 personas

más de 5 personas

Nivel de instrucción:

Primaria

Secundaria

Superior

Técnica

Otras

2. ORIGEN Y DESPLAZAMIENTO DE LA POBLACIÓN

Año de llegada a la comunidad: _____

Provincia de origen: _____

Procedencia de abuelos: _____

Procedencia de padres: _____

¿Alguno de los miembros de su familia ha migrado recientemente?

☐

SÍ

☐

NO

¿Si respondió si, a donde han migrado? _____

3. PROPIEDAD DE LA TIERRA

Su terreno en Yunguilla es producto de:

Herencia

Compra

Trueque

Parcelas

Comuna

☐☐☐

(reforma
agraria)

☐☐

Otras _____

Año de la posesión del terreno: _____

El terreno de su propiedad es legal:

☐

SÍ

☐

NO

¿Tiene escrituras?

☐

SÍ

☐

NO

4. SERVICIOS BÁSICOS E INFRAESTRUCTURA DE LA COMUNIDAD

¿Cuenta con servicio de luz eléctrica?

☐
SÍ

☐
NO

Si la respuesta es NO, ¿de dónde obtiene luz eléctrica para su consumo?

¿La comunidad cuenta con agua potable?

☐
SÍ

☐
NO

Si la respuesta es NO, ¿de dónde obtiene el agua para su consumo?

La comunidad cuenta con:

Escuela
☐

colegio
☐

instituto
☐

Alfabetización
☐

Otros _____

¿Existe un centro de salud en la comunidad?

☐
SI

☐
NO

¿Tienen una Unidad de Policía Comunitaria?

☐
SI

☐
NO

¿Tienen un Centro de equidad y Justicia?

☐

SI

☐

NO

¿Tienen internet?

☐

SI

☐

NO

Si contestó sí, ¿es personal o comunitario el internet? _____

¿Tienen TV cable?

☐

SI

☐

NO

Su vivienda es:

☐☐☐

Propia

Arrendada

Comunal

Otros _____

Tipo de vivienda:

☐☐☐☐☐

Familiar

Colectiva

Casa

Departamento

Cuarto

Otros _____

Tipo de acceso a su vivienda:

Calle adoquinada

Calle empedrada

Calle lastrada

Camino

Chaquiñán

Sendero

4. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

¿A qué se dedica?

Agricultura

Ganadería

Turismo

Artesanía

Negocios

Otros _____

¿En dónde realiza esta actividad?

en la
comunidad

fuera de la
comunidad

Si la respuesta es fuera de la ciudad, especifique el lugar: _____

¿Recibe la comunidad o parte de ella asistencia técnica?

SI

NO

¿De qué tipo?

capacitación

asesoría
técnica

ayuda
financiera

voluntariado

Otros:

¿De quién? Escriba el nombre de la organización/institución

¿Qué tipo de organización tiene la comunidad?						
Tipo de organización	Existe	Tiene personería jurídica	Nombre de la Organización	Participa? Cómo y qué rol tiene?	Usted participa en la toma de decisiones?	¿A quién recurre cuando hay un conflicto?
Junta Parroquial						
Comité de Barrio						
Directiva Comunitaria						
Cooperativa						
Junta de Aguas						
Organización de mujeres						
Comité de Padres de Familia						
Clubs						
Grupos religiosos						
Otros						

5. TURISMO

¿Qué es el turismo para usted?

¿Participa de las actividades turísticas en la comunidad?

☐

SI

☐

NO

¿Cómo participa?

proveedores
de
alojamiento

proveedores
de
alimentación

proveedores
de actividades

otros, especifique cuáles

¿Quiénes participan de su núcleo familiar en las actividades turísticas?

toda la familia

padre

madre

Hijos

Otros, especifique cuáles

¿Sabe usted quiénes son los responsables de la actividad turística en Yunguilla?

SI

NO

¿Conoce qué funciones cumplen?

SI

NO

Considera usted: ¿que existe algún problema/conflicto relacionado con la actividad turística?

SI

NO

¿Conoce cuál es este problema?

SI

NO

¿Conoce cuáles son los motivos de este problema?

☐

SI

☐

NO

Describa el problema:

¿Le afecta a usted este problema?

☐

SI

☐

NO

Describa como le afecta:

6. Economía Familiar

¿Quién /es trabajan en la familia?

¿Quién /es sustenta los gastos familiares?

¿Quién /es maneja el dinero?

¿En dónde realiza la actividad y/o donde trabaja?

¿Cuánto es su ingreso familiar? _____

¿Tiene otra fuente de ingresos?

☐
SI

☐
NO

¿Cuál?_____

¿Cuánto dinero aproximadamente obtiene de su actividad adicional?

Cuánto destina para:

Alimentación: _____

Vivienda: _____

Salud /enfermedad_____

Escuela, estudios _____

Comunidad _____

Otros, ¿cuáles y cuánto?

¿Actualmente tiene dificultades económicas en su familia?

☐
SI

☐
NO

¿Cuál es la mayor dificultad?

☐☐☐

No tiene tierra

No tiene acceso a oportunidades de trabajo

Falta de instrucción

☐☐

Falta de capacitación

Falta de especialización

Otros _____

¿Actualmente tiene dificultades económicas la comunidad?

☐

SI

☐

NO

¿Cuáles?

☐☐☐

Con la demarcación de linderos

con asuntos legales

asuntos religiosos

☐☐☐

Presencia de extranjeros

vecinos de las comunidades

autoridades locales

7. CULTURA E IDENTIDAD

¿Le gusta su comunidad?

☐

SI

☐

NO

¿Por qué? _____

¿Qué es lo que más le gusta de su comunidad?

Mencione tres cosas

¿Qué se está perdiendo de su comunidad?

¿Qué están haciendo para que no se pierda lo que más les gusta de su comunidad?

¿Por qué creen que llegan los extranjeros a su comunidad?

¿Usted cree que las actividades turísticas mantienen y/o crean identidad de la comunidad?

¿Cuáles fiestas celebran en la comunidad?

¿A qué fiesta vienen más turistas?

¿Cómo se informan los turistas que llegan a Yunguilla y a sus fiestas?

8. AMBIENTAL

Usted considera que los recursos naturales de la comunidad están:

☐
Conservados

☐
Contaminados

Otros _____

¿Cuentan con un plan/diseño para la conservación de los recursos naturales?

☐

SI

☐

NO

¿Está funcionando este diseño?

☐

SI

☐

NO

¿Tienen estudios de impacto ambiental?

☐

SI

☐

NO

¿Se ha aplicado el estudio de impacto ambiental?

☐

SI

☐

NO

¿Tienen listas de flora y fauna?

☐

SI

☐

NO

¿Realizan monitoreo de flora y fauna?

☐

SI

☐

NO

¿Con qué frecuencia?

Una vez al año _____

Cada semestre _____

Cada trimestre _____

No lo realizan _____

¿Realizan monitoreo del estado de conservación de los bosques?

☐

SI

☐

NO

¿Con qué frecuencia?

Una vez al año _____

Cada semestre _____

Cada trimestre _____

No lo realizan _____

¿Realizan monitoreo de los impactos generados por las actividades turísticas en los recursos naturales?

☐

SI

☐

NO

¿Con qué frecuencia?

Una vez al año _____

Cada semestre _____

Cada trimestre _____

No lo realizan _____

¿Cómo manejan los residuos? (Basura, excrementos, aguas servidas, plásticos, vidrios)

Recicla _____

Quema _____

Saca a Quito los residuos _____

Otros, _____ explique
cuales _____

¿Tienen programas de educación ambiental?

☐
SI

☐
NO

¿Cuáles? _____

¿Tienen certificaciones de buenas prácticas en turismo sostenible y/u otras certificaciones verdes?

☐
SI

☐
NO

¿Cuáles? _____

¿Los turistas nacionales que visitan Yunguilla colaboran con las normas de manejo ambiental?

☐
SI

☐
NO

¿Los turistas internacionales que visitan Yunguilla colaboran con las normas de manejo ambiental?

☐

SI

☐

NO

9. INSTITUCIONAL

La comunidad Yunguilla coordina actividades con:

☐

Estado Central

☐

Consejo Provincial

☐

Juntas Parroquiales

☐

Municipio

☐

Microempresas

☐

ONG

Otros, mencione cuáles _____

¿Yunguilla forma parte de alguna red de turismo sostenible?

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente entrevista es parte de un estudio de identificación de necesidades de capacitación en turismo comunitario, previo a la obtención del título de licenciatura en turismo con mención en ecoturismo. La investigación está enfocada a prestadores de servicios turísticos de la comunidad de Yunguilla.

El estudio es conducido por la señorita Trilce Tobar, estudiante de la carrera de ecoturismo de la Universidad Católica del Ecuador.

La entrevista es voluntaria y confidencial –se presentan únicamente los resultados combinados-. Debe ser mayor de 18 años para contestar esta entrevista.

Número (ID): _____

Encuestador (iniciales): _____

Fecha: _____

Sitio: _____

1. DATOS GENERALES DEL NEGOCIO

Nombre del negocio _____

Nombre del entrevistado: _____

Firma del entrevistado: _____

1. ¿Tipo de servicio que provee?

Alojamiento

☐

Alimentación

☐

Actividades

☐

Otros

☐

2. ¿Es un negocio familiar?

Sí

No

3. ¿Cuántas personas trabajan en el negocio?

1-3

3-5

+5 personas

4. ¿Quién está encargado de los servicios turísticos?

Padre

Madre

Hijos

Otros

5. ¿En qué horario trabajan?

Mañana

Tarde

Noche

Todo el día

6. ¿Quiénes son sus principales clientes?

Nacionales Extranjeros

En qué porcentaje:

Nacionales _____(%)

Extranjeros _____(%)

7. ¿Tiene empleados?

Sí

No

8. ¿Cuántos empleados tienen?

1-3

3-5

+5 personas

9. ¿Tiene un acuerdo verbal con los empleados con respecto a las condiciones de trabajo?

Sí

No

DATOS DEL PROPIETARIO

10. Edad del propietario

20-30

30-40

50 más

11. ¿Cuántos años de experiencia tiene el propietario?

1-3

3-5

+5 años

12. ¿Nivel de escolaridad del propietario?

Ninguna

Primaria

Secundaria

Técnico

13. ¿Nivel de lectura del propietario?

Buena

Regular

Mala

ALOJAMIENTO

a) ¿Qué capacidad tiene de alojamiento?

1-3

3-5

+5 personas

b) ¿Las habitaciones son?

Simples

Dobles

Múltiples

c) ¿Tienen baño privado?

Sí

No

d) ¿Tiene agua caliente?

Sí

No

DATOS DE LOS EMPLEADOS DE ALOJAMIENTO

e) ¿Qué edad tienen las personas que trabajan en los servicios de alojamiento?

20-30

30-40

50 más

f) ¿Nivel de escolaridad de los empleados vinculados con los servicios de alojamiento?

Ninguna

Primaria

Secundaria

Técnico

g) ¿Nivel de lectura de los empleados vinculados con los servicios de alojamiento?

Buena

Regular

Mala

h) ¿Cuántos años trabaja en el negocio?

1-3

3-5

+5 personas

i) ¿Qué funciones desempeñan los empleados/miembros vinculados al servicio de alojamiento?

Arreglo de habitaciones

Lavado y planchado de
sábanas

Otros

PERCEPCIÓN SOBRE LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

j) ¿Han mejorado sus ingresos con las actividades de alojamiento?

Sí

No

¿Por qué?

k) ¿Cuáles son las fortalezas del servicio de alojamiento, cite 3?

l) ¿Cuáles son las debilidades del servicio de alojamiento, cite 3?

m) ¿Cómo se imagina su negocio a futuro?

ALIMENTACIÓN

a) En el caso de prestar servicios de alimentación ¿Tiene capacidad para?

1-3

3-5

+5 personas

b) ¿Ofrece comida tradicional?

Sí

No

c) ¿Usted, ofrece?

Desayuno

Almuerzo

Merienda

Todas las comidas

DATOS DE LOS EMPLEADOS DE ALIMENTACIÓN

d) ¿Qué edad tienen las personas vinculadas con el servicio de alimentación?

20-30

30-40

50 más

e) ¿Nivel de escolaridad de los empleados vinculados con los servicios de alimentación?

Ninguna

Primaria

Secundaria

Técnico

f) ¿El nivel de lectura de los empleados vinculados con los servicios de alimentación es?

Buena

Regular

Mala

g) ¿Cuántos años trabaja en el negocio?

1-3

3-5

+5 años

h) ¿Qué funciones desempeñan los empleados/miembros vinculados al servicio de alimentación?

Preparación de comida

Limpieza del comedor

Otros

PERCEPCIÓN SOBRE LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION

i) ¿Han mejorado sus ingresos con las actividades de alimentación?

Sí

No

¿Por qué?

j) ¿Cuáles son las fortalezas del servicio de alimentación, cite 3?

k) ¿Cuáles son las debilidades del servicio de alimentación, cite 3?

l) ¿Cómo se imagina su negocia a futuro?

GUIAS

a) ¿Qué edad tienen los guías?

20-30

30-40

50 más

b) ¿Nivel de escolaridad de los guías?

Ninguna

Primaria

Secundaria

Técnico

c) ¿El nivel de lectura de los guías es?

Buena

Regular

Mala

d) ¿Hablan Inglés los guías?

Sí

No

e) ¿Cuántos años trabaja como guía?

1-3

3-5

+5 años

f) Manejan grupos de:

1-5

5-10

Más de 10

g) ¿Tiene un guión?

Sí

No

PERCEPCIÓN SERVICIOS DE GUIANZA

h) ¿Han mejorado sus ingresos con las actividades de guianza?

Sí

☐

No

☐

¿Por qué?

i) ¿Cuáles son las fortalezas del servicio del servicio de guianza, cite 3?

j) ¿Cuáles son las debilidades del servicio del servicio de guianza, cite 3?

k) ¿Cómo se imagina su negocia a futuro?

DATOS DE LOS SERVICIOS

14. ¿Sabe cómo anunciarse y hacer promociones para recibir más turistas?

Sí

☐

No

☐

¿Tiene permisos/licencias para operar?

Sí

☐

No

☐

15. ¿Tiene un registro de ingresos y gastos?

Sí No
☐ ☐

16. ¿Paga impuestos?

Sí No
☐ ☐

17. ¿Hay un sistema de evaluación de satisfacción al cliente?

Sí No
☐ ☐

¿Ha tenido clientes difíciles?

Sí No
☐ ☐

18. ¿Considera que sus clientes quieren que mejore en los servicios turísticos que ofrece?

Sí No
☐ ☐

En caso de ser la respuesta afirmativa, cite tres factores a ser mejorados:

DATOS E INTERESES DE CAPACITACIÓN

19. ¿Ha recibido capacitaciones en temas relacionados con alojamiento?

Sí No
☐ ☐

20. ¿Ha recibido capacitaciones en temas relacionados con alimentación?

Sí No
☐ ☐

21. ¿Ha recibido capacitaciones en temas relacionados con guianza?

Sí No
☐ ☐

22. ¿Cuáles son sus necesidades actuales de capacitación?

Promoción y mercadeo ☐

Seguridad alimentaria ☐

Administración comunitaria ☐

Servicio al cliente ☐

Inglés básico turístico ☐

Capacitación por competencias ☐

23. ¿Indique en qué áreas le gustaría recibir capacitación?

Promoción y mercadeo ☐

Seguridad alimentaria ☐

Administración comunitaria ☐

Servicio al cliente ☐

Inglés básico turístico ☐

Capacitación por competencias ☐

24. ¿Estaría dispuesto a recibir capacitación?

Sí
☐

No
☐

25. ¿En qué días prefiere la capacitación?

Lunes a viernes

☐

Mañana

☐

Sábado y domingo

☐

Tarde

☐

¡Muchas gracias por la atención!

Anexo 4. Fotografías



Casa para alojamiento y alimentación Tahuallullo



Tienda Comunitaria Yunguilla



Reunión informativa con socios de la comunidad



Entrevistas a miembros de la comunidad



Entrevistas a prestadores de servicios turísticos



Entrevistas a prestadores de servicios turísticos



Jóvenes encargados de las operaciones turísticas



Vista desde la comunidad